UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

EANNE PALACIO LEITE

**Mobilidades e turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade
coreana no Bom Retiro (São Paulo / Brasil)**

São Paulo

2020

EANNE PALACIO LEITE

Mobilidades e Turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo / Brasil)

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Turismo.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em 21 de novembro de 2019. A versão original encontra-se em acervo reservado da Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018 de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração:

Desenvolvimento em Turismo

Orientador:

Prof. Dr. Thiago Allis

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

CRB 8 - 4936

Leite, Eanne Palacio

Mobilidades e turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo / Brasil) / Eanne Palacio Leite ; orientador, Thiago Allis – 2020.

160 f. : il

Dissertação (Mestrado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, em 2019.

Versão corrigida

1. Turismo urbano - São Paulo (SP). 2. Coreanos - Cultura - São Paulo (SP). 3. Mobilidade urbana - São Paulo (SP). 4. Bom retiro (Bairro) - São Paulo (SP). 5. Imigração - São Paulo (SP). I. Allis, Thiago, orient. II. Título.

CDD 22.ed. – 910.981611

Nome: LEITE, Eanne Palacio

Título: Mobilidades e turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo / Brasil)

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências do Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Área de Concentração:
Desenvolvimento em Turismo

Aprovado em: 21 / 11 / 2019

Banca Examinadora

Profa. Dra. Heliana Comin Vargas
Universidade de São Paulo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo

Profa. Dra. Sênia Regina Bastos
Universidade Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Valéria Barbosa Magalhães
Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Dedico essa pesquisa à minha querida mãe e amiga Tereza

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, quero agradecer ao meu companheiro Parmênides pela parceria na vida, o apoio nessa trajetória e por ter me ajudado na escolha de um tema tão interessante, no qual me identifiquei e segui entusiasmada até o fim.

Agradeço à dona Tereza, Sofia e Edna, as quais são minhas fontes de inspiração. Também ao meu irmão Marcelo e ao meu pai Mosart, que estiveram ao meu lado no momento mais triste e difícil da minha vida.

Ao meu orientador Thiago Allis, que sempre me orientou de forma inspiradora e que foi o responsável por este percurso de mobilidades aceleradas, cheio de alegrias, amizades, aventuras e muito aprendizado.

Aos amigos que fiz no mestrado, especialmente Ana Carolina, Bel e Vânia, que durante esses anos mostraram o significado de amizade, união e respeito.

Obrigada aos coreanos e coreanas que foram muito gentis em me receber em seus estabelecimentos e contar um pouco de suas histórias e impressões.

À querida Aude, que prontamente me ajudou com os moradores do bairro e ao prof. Dr. Song Won Park da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo e sua família, que gentilmente me auxiliou na indicação de entrevistados.

Por fim, aos professores que me ajudaram em vários momentos e àqueles e àquelas que em suas exposições e discussões foram e são inspiradores, sempre. Um agradecimento especial à professora Sênia, que pegou na minha mão e me mostrou o caminho.

“É necessário quebrar os padrões
É necessário abrir discussões
Alento pra alma, amar sem portões
Amores aceitos sem imposições
Singulares, plural
Se te dói em ouvir
Em mim dói no carnal
Mas se tem um jeito esse meu jeito de amar
Quem lhe dá o direito de vir me calar?
Eu sou todo amor, medo e dor se erradicar
Feito sol que ilumina a umidade suspensa do ar”
(Criolo)

RESUMO

LEITE, Eanne Palacio. **Mobilidades e turismo urbano**: estudo sobre a comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo / Brasil). 2020. 160 p. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Versão corrigida.

O Bom Retiro em São Paulo é identificado como um bairro multicultural, mas nos últimos anos, os coreanos estão se destacando com seu legado étnico, promovendo atividades culturais e renovando seus estabelecimentos. No entanto, o bairro e suas imediações diretas possuem outros equipamentos turísticos consolidados como patrimônio cultural material e são também reconhecidamente um polo de atração de compras, vinculados ou não à presença da comunidade coreana na região. O objetivo deste trabalho é entender de que maneiras o legado étnico coreano participa e/ou atua no desenvolvimento turístico do bairro, com o enfoque nas *bakeries*, as padarias coreanas. Como metodologia, propõe-se um estudo descritivo-exploratório, com o levantamento bibliográfico, pesquisa documental e estudo de campo, como forma de caracterizar os diferentes atrativos turísticos do bairro juntamente com a abordagem qualitativa das entrevistas realizadas com a comunidade coreana. Os dados coletados foram analisados sob a ótica do Paradigma das Novas Mobilidades e demonstrou que o legado étnico coreano participa do desenvolvimento do turismo do Bom Retiro pela articulação da etnicidade por parte dos empreendedores coreanos, como um produto a ser comercializado, pelos processos globais da commodificação da cultura, produzindo assim espaços de consumo em nível local, tais como as *bakeries*; e consequentemente atraindo um conjunto diverso de interessados nos aspectos étnicos deste grupo.

Palavras-chave: Mobilidades. Migração. Turismo. Comunidade coreana. Bom Retiro.

ABSTRACT

LEITE, Eanne Palacio. **Mobilities and urban tourism**: study of the Korean community in Bom Retiro (São Paulo / Brasil). 2020. 160 p. Dissertation (Master of Science) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2019. Corrected version.

Bom Retiro area in Sao Paulo is identified as a multicultural zone, but in the last years the Koreans have been highlighted due its ethnical legacy, promoting cultural activities and updating its enterprises. However, Bom Retiro has others touristic devices consolidated as material and cultural patrimony, being also recognized as a shopping attraction center, linked or not to Korean community. The goal of this research is understand which ways the Korean ethnical legacy takes part and act in the area touristic development, focusing on the Korean bakeries. As methodology, it is proposed a descriptive / exploratory study, with a bibliographic survey and a documental and field research, as a way of featuring the different touristic attractions of the area together with the qualitative approach who came from interviews made with Korean community. The gathered data were analyzed under scope of New Mobilities Paradigm who showed that the Korean ethnical legacy takes part of the Bom Retiro tourism development by articulation of ethnicity from Korean entrepreneurs, as a product to be sold, by the global process of the culture commoditization, thus producing consumption spaces at local level, such as bakeries, and consequently attracting a broad diverse set of interested people in their ethnical aspects.

Keywords: Mobilities. Migration. Tourism. Korean community. Bom Retiro.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Coreanos e judeus no Bom Retiro	23
Figura 2- Bom Retiro, 1905 In Comissão do IV Centenário	29
Figura 3- Mapas dos limites do Distrito do Bom Retiro e o bairro na cidade	30
Figura 4- Limites do Alto do Bom Retiro	32
Figura 5- Reportagem sobre os coreanos no Bom Retiro	38
Figura 6- <i>Little Seul</i> ou Bom Retiro?	38
Figura 7- O bairro como referência à comunidade coreana	39
Figura 8- Inauguração do Monumento URI: coral das mães	40
Figura 9- Inauguração do Monumento URI: “nós em coreano”	40
Figura 10- Surgimento de judeus e gregos em evento coreano	41
Figura 11a e 11b – 11º Festival da Cultura Coreana na Praça Fernando Prestes no Bom Retiro	42
Figura 12a e 12b – 12º Festival da Cultura Coreana: apresentação de danças e sorteio de prêmios	42
Figura 13a e 13b – Mercado Otugui: antes e depois da reforma	44
Figura 14a e 14b - New York Café: antes e depois da reforma	45
Figura 15 - <i>Bakery</i> Bonavinte na rua Três Rios – Bom Retiro	46
Figura 16 - Referências Culturais do Distrito do Bom Retiro	53
Figura 17 - Equipamentos culturais e região de compras do Bom Retiro	55
Figura 18 - Equipamentos culturais, região de compras do Bom Retiro e o legado étnico coreano	56
Figura 19 - Legado étnico coreano (delimitação de estudo)	95
Figuras 20a e 20b - <i>Paris Baguette</i> – Seul (Coreia do Sul)	98
Figuras 21a e 21b - Fresh Cake Factory – Bom Retiro (São Paulo/Brasil)	99
Figuras 22a e 22b - Bellapan – Bom Retiro (São Paulo/Brasil)	99
Figura 23 - Comentário de um usuário sobre o restaurante Dare no Bom Retiro	104
Figura 24 - Comentário de um usuário sobre a bakery Fresh Cake Factory	104
Figura 25a e 25b - À esquerda Rua Prates Bom Retiro e à direita bairro da Liberdade	112
Figura 26 - <i>Bakeries</i> selecionadas como ponto de entrevistas	117
Figuras 27a e 27b - Trajetos das visitantes (metrô – <i>bakeries</i>)	118
Figuras 28a e 28b – Trajetos de visitantes e turistas Pinacoteca e Jardim da Luz)	118

Figuras 29a e 29b - Trajetos das visitantes (<i>bakerie</i> e Acrópolis/ Pinacoteca)	119
---	-----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comentários do Trip Advisor sobre o Bom Retiro	57
Quadro 2 – Seleção dos comentários sobre a cultura coreana no Bom Retiro	58
Quadro 3 – Lista de estabelecimentos coreanos na área delimitada	96

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Migrantes no município de São Paulo	35
Tabela 2 - Porcentagem de migrantes residentes na Sé	36

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	16
2 – A FORMAÇÃO DA COMUNIDADE COREANA EM SÃO PAULO .	23
1.1. As migrações coreanas: histórico no Brasil.....	24
1.2. Bom Retiro: um bairro central e multicultural em São Paulo	28
1.3. As transformações do bairro: novas narrativas e empreendimentos.....	37
3 – O TURISMO EM SÃO PAULO E NO BOM RETIRO	47
3.1. Turismo em São Paulo	48
3.2. O Bom Retiro turístico: que turismo?.....	51
3.3. Conclusões parciais ao capítulo	60
4 - (I) MOBILIDADES: FLUXOS E FRICÇÕES	62
4.1. O turismo e a migração na contemporaneidade.....	64
4.2. Sobre migração e turismo: estado da arte	70
4.3. Cidades globais, migrações e o turismo urbano	74
4.4. Bairros étnicos como espaços turísticos	78
4.5. <i>Koreatowns</i> : alguns casos internacionais	80
4.5.1. Buenos Aires: <i>Baek-ku</i> , o bairro coreano	81
4.5.2. Los Angeles: um mosaico de bairros étnicos	83
4.5.3. Cingapura: a <i>Little Korea</i> em <i>Tanjong Pagar</i>	84
4.6. Conclusões parciais ao capítulo	88
5 – O LEGADO ÉTNICO COREANO EM SÃO PAULO	90
5.1. <i>Bakeries</i> : a articulação entre a etnicidade e os visitantes	93
5.2. <i>K-town</i> , uma construção simbólica contestada	100
5.3. Instituições e moradores: outras vozes no bairro.....	108

5.4. Novas territorialidades de visitação no Bom Retiro	114
6 - CONCLUSÃO	123
CONSIDERAÇÕES FINAIS	130
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	134
APÊNDICE	157

1 - Introdução

O presente trabalho tem por finalidade discutir a relação entre turismo e migração no contexto de uma grande metrópole: São Paulo. Dados oficiais mostram que a capital paulista recebeu no último ano, 15,44 milhões de turistas, um crescimento de 3,76% em relação ao ano de 2016. Deles, 12,69 milhões foram turistas domésticos e 2,75 milhões, internacionais (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2017). Entre os segmentos turísticos, o de negócios, que desde a década de 1990 se consolidou como principal motivo de atração de turistas à cidade, ainda se mostra significativo nos dias atuais, representando a motivação de 46% dos turistas escolherem São Paulo como destino (SÃO PAULO TURISMO, 2017).

Essa perspectiva de crescimento do turismo se mostrou possível pelo contexto de transformação ocorrido na cidade, de industrial para o setor de serviços, a partir, principalmente da década de 1980, representando uma estratégia para gestores locais apresentarem propostas de diversificação econômica, uma vez que o turismo é uma atividade econômica essencialmente de serviços (ainda que a cidade nunca tenha perdido sua relevância como centro de controle do complexo industrial paulista) (ALLIS, 2012).

No bojo destas transformações e considerando a relevância da cidade na rede internacional de negócios, São Paulo apresenta alguns atributos capazes de caracterizá-la como uma cidade global (SASSEN, 1991). É a cidade brasileira melhor ranqueada no índice de cidades globais da consultoria *AT Kearney*, sendo a segunda na América Latina (HALES et al., 2016).

Dentre as várias condições para figurar no grupo, estão o capital humano representado pela população estrangeira e a experiência cultural, materializada nos museus, artes visuais, performáticas e culinária. Desta maneira, a presença de contingentes migratórios costuma ser considerada um dos elementos que normalmente caracterizam uma cidade global e cosmopolita (MARQUES; COSTA, 2007). Sendo o último, um termo popularizado por desenvolvedores urbanos e relacionado com a diversidade, para atrair capital financeiro, turismo e valorização do espaço urbano (EDENSOR; JAYNE, 2012).

Ainda, de acordo com dados fornecidos pela Organização das Nações Unidas, de 2010 a 2015 a população de migrantes vivendo no Brasil cresceu 20%, chegando a 703 mil (WORLD MIGRATION REPORT, 2018). Desse contingente 207 mil vêm de outros

países da América do Sul. O relatório ainda destaca que em nível regional, desconsiderando a origem dos migrantes, a nação brasileira é a terceira com o maior contingente de estrangeiros, ficando somente atrás da Venezuela e Argentina.

Embora a população de migrantes no Brasil corresponda a 0,3% de todos os habitantes do país (proporção inferior às das outras nações no topo do ranking, onde quase 5% da população é de estrangeiros), é preciso destacar que

A importância do fenômeno migratório internacional reside hoje muito mais em suas especificidades, em suas diferentes intensidades e espacialidades, em seus impactos diferenciados (particularmente ao nível local) do que no volume de imigrantes envolvidos nos deslocamentos populacionais (BAENINGER, 2012, p. 9).

Em virtude dos aspectos descritos acima e a consolidação do segmento de negócios, como principal promotor do turismo na cidade, o patrimônio cultural e urbano ganhou força como uma nova perspectiva para atrair turistas à cidade, não se resumindo ao material, mas também ao imaterial, reforçando São Paulo como um destino turístico de relevância internacional (ALLIS, 2012).

Mais especificamente, o legado étnico (BALDISSERA et al., 2017) – como elementos culturais de grupos étnicos, como gastronomia, música, folclore – que por suas diferenças pelo modo vivido do povo brasileiro se mostram relevantes para a constituição de experiências e vivências urbanas atraentes para visitantes¹.

Nessa perspectiva, a escolha da comunidade coreana que vive no bairro do Bom Retiro em São Paulo como foco de investigação para este trabalho, se deu não por acaso: apesar de muitos residirem em outros bairros da cidade, é no Bom Retiro que se encontra uma significativa territorialização da comunidade (CYMBALISTA; XAVIER, 2007). Ainda assim, poucas pesquisas foram realizadas nesta seara, especialmente sobre a comunidade coreana na realidade brasileira (CHOI, 1996; YANG, 2011; CHI, 2016; MONTEIRO, 2011).

Em relação à vinda dos coreanos para o Brasil, oficialmente em 1963, dois aspectos são destaques:

1. A partir de 1970, os coreanos formaram um nicho na indústria do vestuário no Bom Retiro, preenchendo gradativamente os lugares deixados pelos judeus

¹ No sentido amplo do significado de viajantes, há o subgrupo de visitantes, que é dividido em duas categorias: os turistas (visitantes que pernoitam no local visitado) e os excursionistas (visitantes que não pernoitam no local visitado) (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008).

(migrantes que protagonizavam a atividade econômica, principalmente no setor de confecção, anteriormente aos coreanos);

2. A transformação na paisagem urbana alterada nas fachadas comerciais, visíveis nos cafés, restaurantes, mercearias, tornando-se elementos que caracterizam um comércio étnico (GOMES, 2002) e no que Yang (2011, p. 171) descreve como “miniatura da sociedade coreana”, onde os serviços oferecidos pela comunidade, tem por objetivo “satisfazer as necessidades básicas da vida cotidiana sem sair da colônia, tendo somente o mínimo de contato com os brasileiros”.

Contudo, a opção pelo estudo da comunidade coreana expõe os padrões e impactos das migrações que são moldadas pelos recursos dos migrantes que refletem o quanto eles podem se mover; recursos estes, determinados pelas condições sócio econômicas inclusive na origem dos fluxos migratórios (HEAR, 2004).

Nessas condições, as pesquisas sobre migrações tendem a privilegiar os grupos mais pobres e vulneráveis, enquanto as experiências dos deslocados da classe média (FARIA, 2010), como os coreanos, são quase ausentes (MOOKHERJEE, 2011). A despeito disso, não se pode questionar a importância de estudos de quaisquer grupos migratórios na constituição social das sociedades de destino – e, neste caso, sua participação para o processo de turistificação² de São Paulo.

Ademais, esta concentração territorial indica um caminho comum em outras situações no Brasil e no mundo, quando se fala da turistificação de territórios em função dos “recursos étnicos” (RATH, 2007), ou seja, das manifestações culturais (BITELLI; BASTOS, 2018) ou do legado étnico (HENDERSON, 2008) de grupos de migrantes.

Em relação ao Bom Retiro, Truzzi (2001, p. 153) destaca a dinâmica entre os grupos que convivem no bairro como “... as relações inter étnicas entre italianos, judeus e coreanos – os três contingentes sucessivos e principais de migrantes”, e que deixaram “vestígios” de suas culturas.

No entanto, os coreanos atualmente, tem demonstrado uma significativa presença em algumas ruas do Bom Retiro, especialmente na sua porção mais central, menos

² O processo de turistificação se dá pela apropriação e uso do espaço pelo e para o turismo, sendo que neste processo não ocorrem apenas intervenções no sistema de objetos por meio de mudanças físicas no espaço, mas também o sistema de ações recebe intervenções, através, por exemplo, de programas de qualificação profissional e de marketing turístico Cruz (2003; 2007). “A turistificação serve para demonstrar um relativo direcionamento de espaços, cidades, ou mesmo cadeias de produção à atividade turística” (FIGUEIREDO, 2008, P. 86).

presente nos circuitos turísticos convencionais. Os centros culturais, cafés e padarias reformados ilustram uma mudança perceptível na paisagem, em que as *bakeries*, caracterizadas por amplos e modernos espaços onde os coreanos fabricam pães e doces artesanais, surgiram como lugares de consumo. Esses atributos, revelaram as *bakeries* como o ponto de articulação para a pesquisa entre a etnicidade coreana e seus visitantes, matizando questões relativas ao turismo e cidade, que aqui foram tratadas pela perspectiva das mobilidades contemporâneas.

Paralelamente, o reforço de identificação dos coreanos ao bairro foi crescentemente associado por matérias como “a pequena Coreia no Bom Retiro” (DUARTE, 2017), destacando as padarias coreanas em blogs e canais de vídeo. Complementarmente, a fala do ex-prefeito de São Paulo, no início de sua gestão em 2017 sugerindo a troca do nome de Bom Retiro para *Little Seul*, provocou diversas narrativas divergentes (DINIZ, 2017), ainda que o discurso não tenha resultado em ações concretas.

Amplamente, na mesma proporção que a cultura se apresenta como um negócio para as cidades (ZUKIN, 1995), as expressões culturais imaginadas ou reais, oriundas das comunidades de migrantes são cada vez mais percebidas como “objetos” do turismo urbano (RATH, 2007).

Dessa maneira, a cultura dos migrantes surge na cena urbana de São Paulo de maneiras pontuais e espontâneas, atraindo um público cada vez maior. Esse fato, em parte está relacionado com o crescimento do segmento da cultura nos espaços urbanos e o interesse que desperta nos “usuários da cidade” (ZUKIN, 1993; MARTINOTTI, 1994). Ademais, houve um crescimento expressivo nos segmentos motivacionais dos turistas ligados a lazer, cultura e compras desde os anos 2000, diversificando um pouco as feições turísticas da cidade (PLATUM, 2015-2018).

Soma-se a isso, o potencial do grande mercado consumidor de São Paulo para o turismo urbano, que embora não receba ações objetivadas ao seu desenvolvimento, se sustenta pela sua própria diversidade de experiências (ALLIS, 2012) que se impulsionaria pelas estratégias de promoção da cultura do migrante, como mais um atrativo nesse caleidoscópio urbano. Isso fica explícito, por exemplo, no grande público das feiras culturais de migrantes, como a Festa da Achiropita no Bexiga que recebe 250 mil pessoas anualmente (CATRACA LIVRE, 2019), o bairro da Liberdade – Japão (BOCCI, 2009) e mais recentemente, os restaurantes étnicos originários das ondas recentes de migrações, sendo muitas pessoas na condição de refugiados (ALLIS; LUGOSI, 2019).

Correntemente, o poder público e as organizações de turismo nas cidades caracterizadas por multiculturais valem-se da etnicidade como um recurso estratégico para atrair turistas e fomentar o desenvolvimento econômico (GOTHAM, 2007). Nesse sentido, a combinação turismo e migração tem se revelado propulsora no fomento das cidades cosmopolitas e, portanto, melhorado o potencial de atração de turistas domésticos, estrangeiros e investidores (RATH, 2007).

Em contrapartida, os impactos negativos ou pelo menos passíveis de uma maior discussão, também estão presentes nesse modelo de promoção dos lugares através dos recursos étnicos dos migrantes. Espaços e sujeitos, ambos representados pelas cidades e os migrantes têm sido transformados em *commodities* com propósito para promoção do lugar (HALL, RATH, 2007).

Ainda que as discussões acerca da “comodificação do migrante” e dos recursos étnicos culturais levantem controvérsias, a realidade é que em termos de desenvolvimento urbano regional, a “comodificação da identidade” é um componente intrínseco a promoção do lugar e acaba pautando incontáveis estratégias e planos municipais ou estratégias de setores comerciais.

Portanto, embora reconhecendo que o turismo exerça papéis diferentes nas dinâmicas sócio-espaciais das cidades, certamente representa apenas uma das estratégias possíveis no desenvolvimento urbano (FAINSTEIN; GLADSTONE, 1999). Essa afirmação só reforça a “constatação que serve de alerta para a visão distorcida de que seja possível ou mesmo desejável que a economia das grandes cidades possa vir a se sustentar exclusivamente do turismo” (ALLIS, 2012, p. 42).

No campo teórico, migrações e turismo são fenômenos que serão discutidos a partir dos estudos de mobilidade. Esse novo olhar abrange novos significados e possibilidades de reflexão. Um deles é que “as mobilidades envolvem o movimento de pessoas, o movimento de um grande conjunto de coisas materiais, pensamentos intangíveis e fantasias” (HANNAM et al., 2014) e que interseccionados com os termos “consumidor de lugar” e experiências urbanas, trazem à tona o contexto atual e complexo dos turistas, os migrantes e a cidade.

Na medida em que os argumentos foram se delineando e entrecruzando com características particulares do bairro foi proposta a seguinte pergunta de pesquisa: **“De que maneiras o legado étnico da comunidade coreana atua e/ou participa do desenvolvimento turístico do bairro do Bom Retiro em São Paulo?”**.

A partir disso o objetivo principal da pesquisa é compreender as relações entre a o legado étnico da comunidade coreana e as práticas turísticas no bairro do Bom Retiro (São Paulo), tendo por referência as mobilidades contemporâneas, apoiado por outros específicos:

- Caracterizar o turismo no bairro e sua dinâmica, tendo por referência o legado étnico dos coreanos manifestados nos espaços; e os sujeitos;
- Analisar como a comunidade coreana percebe, atua ou interfere no turismo do Bom Retiro;
- Identificar e discutir as relações entre a migração coreana e o turismo, sob a ótica das mobilidades e dos estudos urbanos.

A metodologia baseou-se no estudo descritivo-exploratório, com o levantamento bibliográfico, pesquisa documental e estudo de campo, como forma de caracterizar os diferentes atrativos turísticos do bairro juntamente com a abordagem qualitativa das entrevistas realizadas com parte da comunidade de coreanos. Em adição à abordagem de caráter qualitativo, o método etnográfico permitiu compreender pelo cotidiano, os processos ordinários, vistos sob o micro-social da comunidade (SEVERINO, 2017).

Buscou-se por meio da pesquisa bibliográfica – com vistas a constituir um *estado da arte* - mapear e sistematizar a produção na área do conhecimento abordada e compreender a amplitude do que vem sendo produzido (ROMANOWSKI, 2006) com a temática migração e turismo.

Pela pesquisa documental foram analisadas as fontes de documentos no sentido amplo, ou seja, não só de documentos impressos, mas também jornais, fotos, filmes, gravações. Essa etapa foi primordial na caracterização dos espaços e sujeitos, identificando nuances e elementos que compunham a atratividade turística presente no bairro do Bom Retiro – aí incluídos aspectos do patrimônio edificado, concentração comercial e o legado étnico. Nesse caso, o levantamento dos dados secundários em relação ao bairro descreveu os pontos de maior interesse entre os visitantes/turistas e pôde dar indicações de qual modalidade é ativada e o que é invisibilizado no bairro.

As entrevistas semi-estruturadas foram realizadas num primeiro momento, com parte da comunidade coreana, incluindo gestores de restaurantes, cafés e mercados. No entanto, houve a necessidade de restringir esse conjunto de estabelecimentos a um objeto de estudo único, que articulasse a etnicidade com os visitantes. O levantamento inicial de

82 estabelecimentos coreanos permitiu a identificação, nesse conjunto, de quatro cafés, os quais se diferenciavam pela caracterização nominal de *bakery*.

Na tentativa de estabelecer características que identificasse os conceitos de *bakery*, foi realizada uma segunda rodada de entrevistas com os gestores dos cafés, a pesquisa documental sobre o objeto (*bakeries*) e a observação *in loco*, que definiu dentro dos parâmetros coletados, duas *bakeries*. Apesar do número reduzido, as narrativas foram consideradas como direcionamentos para as questões mais amplas analisadas no todo.

Considerando o objeto de estudo - *bakeries* - foram realizadas entrevistas com os gestores desses estabelecimentos e com os visitantes que permaneciam dentro desses locais. No total, foram entrevistados onze visitantes e adicionalmente os representantes das associações culturais, da comunidade em nível nacional e do poder público.

Considerando as propostas, a dissertação está organizada em cinco capítulos, onde no **Capítulo 1** é descrita a trajetória dos coreanos ao Brasil e suas instalações no Bom Retiro, além da caracterização do bairro e as transformações nos últimos anos protagonizadas por este grupo.

Dados estatísticos sobre o turismo na cidade de São Paulo, além da caracterização por meio do número de visitantes nos atrativos representados pelo patrimônio cultural edificado e a região de compras da José Paulino são os itens descritos no **Capítulo 2**.

No **Capítulo 3**, apresenta-se e discute-se o arcabouço teórico da pesquisa, tendo como parâmetros, os conceitos do Paradigma das Novas Mobilidades, que contemplam a migração e o turismo nas cidades.

O **capítulo 4**, traz boa parte dos resultados empíricos da pesquisa e descreve parte do legado étnico da comunidade coreana, identificando por meio de parâmetros formados pelos próprios coreanos, a caracterização das *bakeries*, como ponto de articulação da etnicidade coreana no bairro. Adicionalmente, o capítulo traz uma análise dos resultados das entrevistas e suas relações com o referencial teórico.

Nas **Conclusões**, recuperam-se os objetivos da pesquisa trazendo possíveis respostas sobre como o legado étnico coreano por meio dos gestores das *bakeries* se articula no reforço da identidade coreana. E quanto ao pluralismo de práticas – turísticas e sociais – representadas pelos turistas, visitantes, moradores, trabalhadores e empregados se conectam com a etnicidade coreana no interior das *bakeries*. E finalmente, a influência do produto comodificado da cultura, na difusão da cultura coreana, influenciando jovens que frequentam as *bakeries* como ponto de encontro para o consumo da etnicidade coreana.

2 – A formação da comunidade coreana em São Paulo

Figura 1: Coreanos e judeus no Bom Retiro

Fonte: São Paulo Antiga (2015)

Neste capítulo apresentarei uma breve história sobre a migração coreana para São Paulo e sua territorialidade no bairro do Bom Retiro. Como as expressões imigração e emigração podem ser tratadas de acordo com a perspectiva de um lugar ou sociedade dados (SAYAD, 1998), utilizarei no decorrer do texto o termo genérico migração.

Inicialmente, o estudo foi relacionado por visitas, como turista, aos bairros étnicos de outros países, onde identifiquei no Bom Retiro, traços de culturas diversas, tornando-o singular no centro urbano de São Paulo.

Ao observar as ruas do bairro, notei que circulavam judeus, bolivianos, gregos, entretanto os coreanos eram predominantes. Muito mais que os símbolos em coreano em cafés e restaurantes, eles dominavam parte da paisagem.

A concentração de coreanos se deu de forma voluntária, inicialmente estimulados pelo trabalho desenvolvido no setor têxtil, também presente no bairro, ao contrário dos guetos³ norte-americanos.

Principalmente entre as décadas de 1970 e 1980, os migrantes coreanos não tinham facilidade com a língua portuguesa e nem com clientes brasileiros, o que os

³ Guetos representam uma parte das cidades em que os membros de um grupo em particular se concentram, enquanto geralmente são restringidos de outros bairros e frequentemente discriminados (CONFORTI, 1996).

restringiu quanto à socialização com brasileiros (HONG, 2011). Os grupos sociais eram mantidos nas igrejas, associações comerciais e entre as famílias.

Atualmente ainda podem-se ver idosos coreanos frequentando os cafés mais antigos com grupos de amigos, também coreanos. Por outro lado, jovens frequentam cada vez mais as *bakeries* – padarias administradas por famílias coreanas, especializadas em pães e bolos predominantemente de receitas coreanas – e passam muito tempo nesses espaços de lazer e sociabilidade.

De bairro industrial, o Bom Retiro passou por transformações caracterizadas pelas mudanças políticas, econômicas e sociais da cidade de São Paulo. Além disso, a convivência de grupos de migrantes de diversas nacionalidades e os elementos culturais foram diluídos (quase) pela sucessão de outros.

Ao longo da pesquisa tentarei abordar algumas histórias de viagens e viajantes dos migrantes coreanos e suas relações com o Brasil, a fim de estabelecer um ponto de articulação entre o turismo e a viagem como significantes fenômenos sociais (LARSEN, URRY, 2011).

Por último, apresentarei as mudanças ocorridas no bairro nos últimos anos. Elas foram em grande medida, norteadoras no entendimento de novas narrativas, nos atores envolvidos e nas transformações da paisagem do Bom Retiro.

1.1. As migrações coreanas: histórico no Brasil

As migrações coreanas no final do século XIX, ocorreram principalmente no período de transições de dinastias, invasões por países estrangeiros e guerras. Os principais países receptores foram China, Japão e Rússia (GUIMARÃES, 2006).

O Japão, país emergente na Ásia, no início do século XX, impôs severas condições militares e econômicas ao governo da Coreia. Durante os 35 anos de ocupação japonesa (1910-1945), dois milhões de coreanos foram enviados ao país como trabalhadores forçados e ao final da ocupação, com a derrota dos japoneses em 1945 e a independência da Coreia em 1948, muitos descendentes coreanos retornaram para o país de origem (CHOI, 2003).

A partir de 1945, a Coreia foi dividida na República Popular Democrática do Norte, apoiada pela então União Soviética e República da Coreia ou Coreia do Sul, com

apoio do ocidente capitalista, principalmente Estados Unidos. O país coreano se tornou um ponto estratégico e de disputa entre as duas regiões e seus aliados. A Guerra da Coreia, que teve início em 1950 e terminou em 1953, foi motivada pelo rompimento das relações comerciais com o Japão e a divisão de um país que apresentava dificuldade em promover um desenvolvimento econômico, principalmente pela instabilidade política alinhada a interesses externos.

Entre 1948 e 1987, através de sucessivos golpes⁴, vários governos tomaram o poder no território sul-coreano, até ocorrer neste último ano uma transição para um governo democrático. Na década de 1960, milhares de coreanos migraram para outros países em busca de melhores condições de vida ou liberdade. Foram motivados pela instabilidade econômica, a confrontação entre as Coreias do Norte e do Sul, a atmosfera anticomunista, a ditadura militar, o ambiente opressivo da sociedade coreana e as dificuldades financeiras enfrentadas pelas famílias (YANG, 2011). A acelerada urbanização e o desenvolvimento industrial, que foram resultados do investimento do governo norte americano, propiciou uma migração dos coreanos que viviam nos campos, exercendo a atividade agrária, para os centros urbanos, elevando o número da classe operária (PARK, 1997).

Os primeiros coreanos que chegaram ao Brasil na década de 1950 foram ex-prisioneiros de guerra. Eram 50 homens que se alistaram obrigatoriamente no exército coreano e acabaram sendo presos. Muitos, procuraram asilo em países neutros temendo a volta para uma das Coreias e a obrigatoriedade de um segundo alistamento.

De início, os prisioneiros foram enviados à Índia e com o prazo para retorno em dois anos, foram obrigados a escolher um dos países neutros reconhecidos pela ONU (Estados Unidos, Suíça, Argentina, Brasil, México e Índia). Os únicos países dispostos a aceitarem os prisioneiros foram México, Índia, Argentina e Brasil. Além do governo brasileiro aceitar o grupo, outras turmas se formaram e foram recebidas, na América Latina, pela Argentina.

É importante ressaltar que anteriormente a 1950, coreanos já haviam chegado ao país juntamente com a migração japonesa. Conforme relata Yang (2011, p. 132), os

⁴ Com a formação da República da Coreia em 1948, Syngman Rhee foi escolhido o primeiro presidente. Entretanto seu governo foi marcado por corrupção e instabilidade política e econômica e por isso renunciou ao cargo. A partir de 1961, houveram sucessivos e alternados golpes militares até 1987, quando ocorreu a transição do governo militar para o democrático (GUIMARÃES, 2006).

chamados “cidadãos japoneses” - coreanos pela etnia e japoneses pela nacionalidade - eram poucos numericamente e tinham a origem e o perfil distintos entre si.

Os primeiros coreanos (103 no total) que migraram oficialmente para o Brasil saíram da Coreia em 18 de dezembro de 1962 e chegaram ao porto de Santos em 12 de fevereiro de 1963. A maior parte eram norte coreanos e foram organizados pela associação cultural Brasil – Coreia (BUECHLER, 2004).

O contexto dessas denominações atribuídas aos coreanos dessa época, se dá pelo período de dominação japonesa, onde os coreanos (*ethnic Koreans*) que nasciam em solo japonês “eram considerados cidadãos do Império Japonês” (Ibid., p. 133). Uma nota interessante dada pela autora da pesquisa é o local de origem de cada grupo: os coreanos que vieram para o Brasil juntamente com a migração japonesa saíram do Japão e antes da divisão coreana entre norte e sul, o que explicaria a socialização entre coreanos e japoneses no Brasil. Já o grupo de ex-prisioneiros de guerra, eram soldados norte-coreanos e comunistas, no entanto, partiram da Coreia do Sul, logo depois para a Índia e finalmente para o Brasil (Ibid., p. 131). Dos 50 ex-prisioneiros somente um era sul-coreano; os demais eram oriundos do norte do país⁵.

A migração oficial para o Brasil ocorreu a partir de 1963. A Coreia ainda sofria os efeitos da guerra, enquanto a Ásia atravessava uma forte crise econômica. A guerra civil havia destruído a economia local e na divisão do país, as indústrias ficaram ao norte, enquanto a maioria das pessoas no lado sul⁶. Antes disso, no ano de 1962, 14 membros da chamada delegação cultural⁷ vieram ao Brasil, na expectativa de estabelecer os termos da migração oficial.

A vinda de coreanos foi estimulada no intuito de controlar a alta densidade demográfica, resolver a questão do desemprego, adquirir moeda estrangeira através dos

⁵ Este fato foi um tema que gerou muitas perguntas durante o desenvolvimento da pesquisa, principalmente pelas notícias atuais envolvendo o crescimento de tensões e iminência de acordo de paz entre as duas Coreias. Somente por este evento será abordada a Coreia do Norte (República Popular Democrática da Coreia), pois toda a pesquisa foi baseada nos cidadãos da Coreia do Sul.

⁶ A formação montanhosa da República Popular Democrática da Coreia (Coreia do Norte) disponibilizava apenas 16% de sua terra arável, sendo uma preocupação histórica a segurança alimentar da região. Por isso, a prioridade da região sul era fornecer alimentos e desenvolver o setor têxtil para o resto do país (VISENTINI et al., 2018).

⁷ A partir de 1959 quando Brasil e Coreia estabeleceram relações diplomáticas, um projeto começa a ser estruturado sobre a migração coreana, convergindo em 1961 na criação de uma associação que a partir de 1962 viabilizou a vinda de uma delegação cultural ao Brasil, a fim de mapear as condições de vida e negociar em que termos se daria a migração (CARVALHO, 2018). Os primeiros migrantes coreanos não documentados foram trazidos por alguns membros da delegação cultural através da Bolívia, após uma tentativa frustrada de trazê-los legalmente. No Brasil o consulado boliviano assinou um acordo que autorizava a entrada dos coreanos no Brasil via Bolívia, os quais entravam com vistos de turistas entre os anos de 1950 e 1970 (BUECHLER, 2004).

ganhos das famílias migrantes enviadas de volta ao país e promover a cooperação com países não comunistas (CHOI, 1991).

A partir das relações diplomáticas entre Brasil e Coreia serem estabelecidas, o governo brasileiro exigia que os primeiros imigrantes coreanos fossem alocados na zona rural, como mão-de-obra na lavoura. No entanto, em função das dificuldades e precariedade vividas pelos colonos no campo, os coreanos não se adaptaram como agricultores, já que em sua maioria eram ex-militares, procedentes do meio urbano, da classe média e alta, portadores de certo grau de instrução e que profissionalmente eram pequenos comerciantes (CHOI, 1996).

Em meados da década de 1960, o contingente de coreanos migrou para a cidade de São Paulo, se concentrando primeiramente no bairro do Glicério. As famílias que tinham mais recursos montaram pequenos comércios, com destaque para a confecção de vestuário (CHI, 2016). Logo, o bairro do Bom Retiro se mostrou atraente por aqueles pequenos comerciantes, que tinham no entorno um fácil acesso entre o mercado consumidor do centro de São Paulo e a disponibilidade da mão de obra (TRUZZI; SACOMANO NETO, 2007).

No entanto, esse êxodo rural coreano foi interrompido pelo governo brasileiro. A partir da década de 1970 foi criada uma migração denominada técnica, onde grupos de brasileiros se instalaram em alguns países asiáticos com o intuito de formar novos grupos de migrantes (KIM, 2013) para virem ao Brasil. A migração nesse período foi caracterizada pelos coreanos que conseguiam o visto por já terem vínculo de parentesco com os migrantes já estabelecidos ou através de contratos de serviços. Mesmo o governo brasileiro fechando as portas para os migrantes legais, muitos coreanos entraram via Bolívia ou Paraguai, iniciando uma nova fase da migração: a clandestina (CHOI, 1996).

A partir de 1980, a razão principal para a chegada de novas correntes de migrantes coreanos eram os convites das famílias que já viviam no Brasil. Essas relações dos familiares estabelecidos com as cadeias migratórias são caracterizadas pelos contatos com os primeiros a migrarem, que definiam os locais de trabalho, moradia e relações sociais (TRUZZI, 2008).

Atualmente, o número estimado de coreanos no Brasil é de 50.523, incluindo segunda e terceiras gerações, ilegais, temporários e cidadãos naturalizados brasileiros (MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS apud ANTONIO; ARAÚJO, 2019). Uma significativa diferença entre os coreanos que chegaram ao Brasil e a população atual é descrita por Choi (2011, p. 324) como uma tendência natural de uma migração

caracterizada principalmente por razões econômicas. Por isso, a evasão para os Estados Unidos - país que mais recebe migrantes coreanos sendo a maior colônia fora da Coreia com cerca de 2 milhões de pessoas - pode ser uma explicação na qual a população coreana seja pouco numerosa no Brasil, a despeito de 60 anos de história.

Dados obtidos pelo Banco Interativo Observatório das Migrações em São Paulo, estimam que 7.054 coreanos nascidos na República da Coreia estejam estabelecidos no Estado de São Paulo. Gradativamente, parte dessa população que se estabeleceu na região central da capital paulista começou a se estabelecer no Bom Retiro, o qual será apresentado na próxima seção.

1.2. Bom Retiro: um bairro central e multicultural em São Paulo

O crescimento da cidade de São Paulo influenciou o loteamento das chácaras que existiam nas margens dos rios Tamandateí e Tietê. Essas zonas eram consideradas de lazer da elite paulistana no final do século XIX, onde surgiram as primeiras ruas do Bom Retiro. A implantação da ferrovia que interligava Santos a Jundiaí (São Paulo Railway, depois Estrada de Ferro Santos-Jundiaí) e mais tarde, São Paulo a Sorocaba (Sorocabana) tornaram o bairro um ponto estratégico para circulação de pessoas e mercadorias. Por um lado, escoava a produção agrícola do interior para o litoral; e por outro, afluíam migrantes destinados a substituir a mão-de-obra escrava.

O Bom Retiro, bairro circunscrito na zona de transição entre o centro e o subúrbio é caracterizado por Feldman (2011, p.42) “como central, ao mesmo tempo que se apresentava próximo ao bairro”. A proximidade do centro beneficiava a atuação de empreendedores privados e nas estratégias do poder público em destinar ao bairro, serviços e equipamentos indesejados ao centro, como instituições, um comércio menos refinado e as atividades industriais.

A configuração do bairro se limitava ao norte pela várzea do rio Tietê e ao sul pelo traçado da ferrovia, separando o Bom Retiro dos Campos Elíseos. Enquanto no limite leste onde estava situado o Campo da Luz na atual Avenida Tiradentes, formou-se um importante ponto de lazer, o Jardim da Luz, antigo Horto Botânico (TRUZZI, 2001).

Figura 2: Bom Retiro, 1905 In Comissão do IV Centenário

Fonte: Caderno de Mapas (2012)

O distrito do Bom Retiro abrange os bairros do Bom Retiro, Luz e Armênia, entretanto a pesquisa tratará somente os bairros do Bom Retiro e Luz.

Atualmente, os limites do bairro Bom Retiro estão representados, ao norte pelo rio Tietê e ponte Governador Orestes Quêrcia, ao leste pelas avenidas Cruzeiro do Sul e do Estado, ao sul pela rua Mauá e a via férrea da CPTM (Linhas 7 – Rubi e 11 – Coral) e a oeste pela via férrea da CPTM (Linha 8 – Diamante) e viaduto Engenheiro Orlando Murgel e avenida Rudge e início da Ponte da Casa Verde (Figura 3).

Figura 3 - Mapas dos limites do Distrito do Bom Retiro e o bairro na cidade

Fonte: Prefeitura de São Paulo, adaptado pela autora

O baixo crescimento populacional e a maior proporção de população idosa do Bom Retiro em relação ao resto da cidade indicam que as novas gerações não estão se fixando no bairro e está ocorrendo um esvaziamento, característico até das áreas centrais dos principais centros urbanos consolidados no Brasil e no mundo (IPHAN, 2010).

Os primeiros migrantes - portugueses e italianos - residentes no bairro, trabalhavam como operários na indústria e concomitantemente produziam em casa para vender. A comunidade italiana predominava no bairro, entretanto no comércio, os portugueses se sobressaíam em seus próprios armazéns de secos e molhados localizados nas ruas dos Imigrantes, atual José Paulino (DERTÔNIO, 1971).

O Bom Retiro era reconhecido como um bairro proletário e de migrantes, na atividade ligada à indústria, sendo que 70% da mão de obra era composta pelos italianos (TRUZZI, 2001). Ainda o autor pontua: “ A chegada dos judeus, a partir dos anos 1920, e o consequente desenvolvimento de atividades comerciais conferiram ao Bom Retiro um caráter distinto de outros bairros operários congêneres da capital paulista”. Ainda hoje no bairro predominam as características da atividade comercial.

Os judeus migraram para o Brasil motivados pelas guerras na Europa e a dificuldade de migração para os Estados Unidos e Argentina (RUFATO, 2006). A primeira leva de famílias de origem judaica, provenientes da Rússia, se instalaram na parte alta do Bom Retiro⁸ (Figura 3) e iniciaram suas atividades ligadas ao comércio. “As características do vigoroso crescimento do mercado urbano na capital paulista favoreceram a inserção dos judeus como comerciantes no mercado de trabalho da capital” aponta Truzzi (2001, p. 148).

No início dos anos de 1940, essa região se tornou um enclave étnico caracterizado como um espaço judeu, onde havia sinagogas e estabelecimentos que comercializavam produtos voltados para a própria comunidade.

Depois de uma década, a paisagem urbana do bairro se transformou pelo desenvolvimento da atividade comercial. As habitações modestas, muitas vezes de caráter coletivo como pensões e cortiços, deram lugar aos edifícios residenciais com lojas no piso térreo. Apesar da valorização dos imóveis, os judeus que prosperaram acabaram se transferindo para outros bairros da cidade mais tarde.

A identidade étnica no bairro, contudo, é singular, não havendo uma predominância numérica, pois, os judeus, assim como os coreanos, nunca chegaram a constituir a maioria da população moradora do bairro (FELDMANN, 2013, p. 2). Os estudos de Truzzi (2001) e Póvoa (2007) apontam que os judeus mantiveram relações próximas e saudáveis com outros grupos étnicos estabelecidos no bairro: italianos, armênios e gregos.

A partir de 1960 os coreanos que vinham do interior de São Paulo se instalaram num primeiro momento no que foi chamada “Vila Coreana”, localizada na Liberdade, bairro de concentração japonesa⁹. Foram motivados pelos baixos preços dos aluguéis na região, a proximidade com o centro e pela facilidade de comunicação com os japoneses (os coreanos sabiam falar japonês devido ao ensino durante a ocupação japonesa na Coreia) (TRUZZI, 2001).

⁸ O Distrito do Bom Retiro se divide em duas partes. A primeira abrange o entorno da Rua José Paulino e inclui a chamada Área Luz, nos quais estão localizados a maior parte dos equipamentos públicos, e que é denominada de “Alto Bom Retiro”. A segunda, inclui principalmente as áreas de várzea, próximas aos rios Tietê e Tamandateí, chamada “Baixo Bom Retiro”.

⁹ O primeiro movimento dos migrantes coreanos era de contatar outros migrantes que já estavam em São Paulo e residiam na Vila Coreana, localizada entre as ruas do Glicério e Conde de Sarzedas no bairro da Liberdade, surgida na região na segunda metade da década de 60. A Vila Coreana, representava um local em que havia uma esperança de diminuição do impacto de adaptação e solução para o problema da moradia, já que era habitada por japoneses, o que facilitava a comunicação para os novos migrantes coreanos, além de sua localização no centro e preço baixo do aluguel (CHOI, 1996),

de sucessão pacífica marcada pela complementaridade econômica causada pela defasagem no tempo de chegada entre as duas colônias” (TRUZZI; NETTO, 2007, p. 157). Nesse período, os coreanos desenvolveram uma produção têxtil baseada no trabalho pouco remunerado de familiares e conterrâneos caracterizado por longas jornadas (SOUCHAUD, 2012).

A partir de 1980, a produção do vestuário atravessa um período de modernização em que empresários coreanos importam matéria prima têxtil e novas tecnologias da Coreia do Sul. Nesse período, 90% dos migrantes coreanos em São Paulo se envolvem de forma direta ou indireta na indústria da confecção (BUECHLER, 2004).

Nesse período, enquanto coreanos envolvidos no setor de confecção garantiam ganhos financeiros e uma melhor qualidade de vida, outros migrantes abriam negócios para suprir a comunidade, entre eles, agências de turismo (HONG, 2011). A prosperidade nos negócios, entre as décadas de 1980 e 1990, possibilitavam muitos migrantes coreanos a obter bens materiais e viajar cada vez mais (Ibidem.).

Em relação à dinâmica dos empreendedores coreanos e a mão-de-obra no Bom Retiro, Chi (2016) descreve que “a ascensão da colônia coreana e a consequente evasão das oficinas de costura, à medida que foram assumindo as confecções próprias, parecem ter atraído migrantes de novo perfil para essas oficinas, em sua maioria de origem boliviana, durante os últimos 20 anos”.

Em contrapartida, a atividade econômica dos coreanos não se restringe ao setor de vestuário. É visível na paisagem urbana alterada nas fachadas pelo alfabeto coreano, principalmente nas ruas Prates, Três Rios, Guarani, onde pode se encontrar cafés, padarias, mercearias, restaurantes que caracterizam o bairro com o comércio étnico. Essa última, uma expressão contemplada nos estudos urbanos para descrever diferentes tipos de empreendimentos comerciais que pertencem a uma comunidade migrante (GOMES, 2002).

“A comunidade coreana se mostra, por vezes, como uma **miniatura da sociedade coreana** – aparentemente, não a de hoje – na qual vem se agrupando entidades de diversas naturezas, como associações, escolas de língua coreana e cursos particulares, hospitais (tanto de medicina alopática como alternativa), restaurantes, salões de beleza, lojas de tecidos e roupas, instituições religiosas, karaokês, etc. Com praticamente quase todo tipo de serviços sendo oferecidos dentro da colônia, parece possível satisfazer as necessidades básicas da vida cotidiana sem sair da colônia, tendo somente o mínimo de contato com os brasileiros” (YANG, 2011, p. 171, grifo nosso).

Truzzi (2001) já indicava um enclave étnico dos judeus na parte Alta do Bom Retiro, sendo que a diferença com coreanos era que os últimos não elegeram o bairro preferencialmente como residência. No entanto, esse não foi um impedimento como descreve Chi (2016, p. 125) para associar que “os coreanos do Bom Retiro estejam integrados num enclave étnico”. Cymbalista e Xavier (2007, p. 125) destacam o significado desse modelo de territorialização de grupos de migrantes ou minorias étnicas como “área de concentração espacial na qual os membros de um determinado grupo populacional, auto definido por etnicidade, religião ou de outra forma, congregam-se de modo a proteger e a intensificar o seu desenvolvimento, econômico, social, político e/ou cultural”. Os autores complementam que os modelos de territorialidade dos migrantes servem “para um melhor conhecimento das especificidades dos processos de exclusão e segregação em cada cidade, e também dos processos de agregação e identidade dos grupos dos envolvidos (2007, p.120) ”.

Os empreendimentos coreanos no bairro são voltados principalmente para a própria comunidade (que trabalham ou moram na região) e como consequência da concentração dos negócios e residências dos coreanos no bairro, houve a formação de “um núcleo de economia de enclave étnico, uma concentração espacial de estabelecimentos de comércio e serviços destinados a atender a colônia coreana, portanto fortemente dependente à economia gerada no polo têxtil pelos coétnicos” (CHI, 2016, p.149). De acordo com Choi (2011, p. 307), os migrantes coreanos ilegais ou os membros da comunidade que foram à falência na atividade ligada à confecção em decorrência da saturação do mercado de confecção nos anos 90, optaram por “atividades comerciais voltadas para a própria colônia que não demandavam grandes investimentos iniciais, tais como lojas de comida pronta, supermercados, açougue, peixaria, consertos de eletrônicos, sapataria, salão de cabeleiros, estúdios de fotos, karaokê, entre outros”.

Se a região no Bom Retiro é caracterizada pelo comércio coreano, isso não significa que os coreanos estejam presentes em maior número no bairro. Os números sobre a população estrangeira do Bom Retiro, principalmente relacionado às nacionalidades de origem sul americana são imprecisos. Esse fato decorre da não documentação dos migrantes mais pobres no Brasil, particularmente para os bolivianos (SILVA, 2006).

De acordo com os dados oficiais do total de 3,2% de migrantes que vivem na cidade de São Paulo, os coreanos representam 4,2% ou 15.987, sendo a 7ª comunidade estrangeira no município (RELATÓRIO COSMÓPOLIS, 2016) (Tabela 1). Ainda

segundo o relatório¹¹ que trata especificamente das migrações na capital paulista, de 1987 até 2014 a Coreia do Sul teve o 5º maior fluxo de entrada em São Paulo nesse período.

Tabela 1- Migrantes no município de São Paulo

País de nascimento	Quantidade	% do total de migrantes de São Paulo
Portugal	71.451	18,60%
Bolívia	64.953	16,90%
Japão	33.691	8,80%
China	24.894	6,50%
Itália	23.375	6,10%
Espanha	19.019	4,90%
Coreia do Sul	15.987	4,20%
Argentina	13.896	3,60%
República do Haiti	11.888	3,10%
Peru	9.420	2,40%
Outros	96.546	25%
Total	385.120	100%

Fonte 1 – São Paulo Cosmópolis, 2016 (2017, p.60)

Em relação à população migrante, o levantamento do IPHAN (2010) destaca que aproximadamente 43% da população (11.5 mil pessoas) não é nascida no Estado de São Paulo. Dentre os migrantes do distrito do Bom Retiro, 32% da população é formada por estrangeiros e naturalizados, sendo que mais da metade residem na região do Alto do Bom Retiro.

De acordo com os dados do IPHAN (2010), os coreanos representam 43,3% da população estrangeira e naturalizada, seguidos pelos bolivianos (18.5%). Entretanto, a situação de não documentados, principalmente de bolivianos e sul americanos, não permite números confiáveis dos moradores dessas nacionalidades.

Dados mais recentes do CadÚnico¹², apontam a representatividade multicultural do Bom Retiro e região. Embora os dados sejam referentes à subprefeitura da Sé – que

¹¹ O relatório Cosmópolis, uma iniciativa conjunta entre Coordenação de Políticas para Migrantes (CPMig) da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo (SMDHC) e o Instituto de Relações Internacionais da Universidade de São Paulo (IRI/USP), indica as dificuldades quanto aos dados obtidos junto à pesquisa: pouca sistematização das informações sobre migrantes em São Paulo; as bases não são sincronizadas entre si; há discrepâncias em relação ao número de migrantes que são beneficiados pelos serviços municipais em cada banco de dados.

¹² O cadastro único para programas sociais (CadÚnico) é uma base de dados utilizada pela SMADS (Secretaria Municipal de Assistência Social).

abrange os distritos do Bom Retiro, Santa Cecília, Consolação, Bela Vista, República, Liberdade, Cambuci e Sé – nota-se a diversidade de nacionalidades (Tabela 2).

Tabela 2 - Porcentagem de migrantes residentes na Sé

País de Origem	Número de cadastros	% do total de migrantes residentes na Sé
Bolívia	590	41,60%
Haiti	185	13,10%
Peru	126	8,90%
Paraguai	85	6%
Congo	81	5,70%
Nigéria	41	2,90%
Angola	31	2,20%
Guiné Bissau	23	1,60%
Argentina	21	1,50%
Chile	21	1,50%
Outros	213	15%
Total	1.417	100%

Fonte: São Paulo Cosmópolis (2017, p.114)

Se por um lado os coreanos se estabeleceram economicamente no setor têxtil, modernizando e revitalizando, não só a produção, mas também o entorno urbano do bairro, por outro, os bolivianos, viram como principal forma de inserção econômica o trabalho ligado a costura (desde o início até os dias atuais) à produção e ao comércio dos coreanos (CYMBALISTA; XAVIER, 2007).

A partir de 1990, a abordagem retratada pela imprensa local de ligação dos coreanos e a exploração de mão-de-obra boliviana diminuiu, muito pelo reconhecimento social devido ao sucesso comercial alcançados nos bairros do Brás e Bom Retiro. Tais mudanças refletem uma estratégia da comunidade coreana, na medida em que passavam para a formalidade e se consolidavam comercialmente, de transferência do recrutamento de força de trabalho e do controle das oficinas de costura para a comunidade boliviana (FREITAS, 2009).

Ainda que os bolivianos sejam reconhecidamente trabalhadores ligados à indústria de confecção, os paraguaios também fazem parte desse dinâmica, trabalhando em oficinas de pequeno e médio porte (SOUCHAUD, 2012).

Nesse sentido, enquanto os coreanos se mostram presentes na região de compras do Bom Retiro por trás das fachadas das lojas, como empreendedores, os bolivianos e

outros sul americanos são invisibilizados dentro das oficinas de confecção. Em relação as comunidades que vivem no bairro Cymbalista e Xavier (2007, p. 122) apontam

A inscrição territorial dos bolivianos em São Paulo parece desafiar também o padrão de distribuição territorial dos imigrantes na história da própria cidade. Territórios étnicos¹³ como o Bom Retiro, dos judeus e, posteriormente, dos coreanos, a Liberdade dos japoneses assemelham-se razoavelmente aos enclaves étnicos canadenses, guardadas as grandes diferenças entre as duas sociedades: foram ocupados por grupos específicos que passaram por grande ascensão social e que marcaram permanentemente seus espaços com a forte presença no espaço público, além de equipamentos de comércio e serviços. Tais elementos são fracamente presentes no que diz respeito à comunidade boliviana.

O Bom Retiro é um bairro que demanda uma dinâmica complexa: na José Paulino e adjacências se pode encontrar lojas de roupas femininas, enquanto na rua Prates, Três Rios e transversais, comércios coreanos de outros setores. Em menor número alguns cafés e restaurantes colombiano, grego e judeu.

No último inventário de referências culturais do bairro (IPHAN, 2010), entre vários bens materiais e imateriais identificados, a dança tradicional coreana, representado pela Companhia de Dança Yun Jae Hwang¹⁴ foi considerada como forma de expressão da cultura coreana no Bom Retiro.

Contudo, adiante será descrito a dinâmica turística que envolve o patrimônio cultural edificado e a região de compras, objetivando inserir a cultura coreana no contexto do circuito turístico da cidade e especificamente no Bom Retiro.

1.3. As transformações do bairro: novas narrativas e empreendimentos

Desde o início da pesquisa foi possível observar algumas transformações ocorrendo no entorno que delimita as ruas dos comércios dos coreanos no bairro. Mesmo que aparentemente lentas, essas mudanças foram significativas dentro de um conjunto que envolve o poder público representado pela prefeitura de São Paulo, a própria

¹³ Os territórios étnicos podem ser compreendidos, a partir dos dois modelos de enclaves étnicos: o modelo étnico cultural de assimilação cultural gradativa e linear e o modelo enclave-economia de inclusão através da economia étnica (CHI, 2016).

¹⁴ A academia está localizada na rua Prates, 460.

comunidade coreana e a mídia, que por vezes atribuiu a modernidade e destacou as características étnicas coreanas ao bairro (Figura 5).

Figura 5 – Reportagem sobre os coreanos no Bom Retiro

A partir do mandato do então ex-prefeito João Dória, no início de 2017, numa declaração sobre a mudança do nome do Bom Retiro para Little Seoul, em alusão aos bairros étnicos das grandes cidades americanas e europeias, despertou polêmicas entre os diferentes atores. A pressão de diversas narrativas contrárias à mudança do nome do Bom Retiro, persuadiu o político a abandonar o discurso. Entre elas, alguns empresários coreanos ligados ao setor têxtil, que foram contra a proposta por “descaracterizar a marca Bom Retiro” (DINIZ, 2017) (Figura 6).

Figura 6 – Little Seoul ou Bom Retiro?

'Little Seoul' de Doria gera polêmica e divide lojistas do Bom Retiro

14/04/2017 15h12

A preocupação desses empresários, de acordo com Tranquez, é a “descaracterização da marca Bom Retiro, institucionalizada ao longo de quase 70 anos”, desde o fechamento das casas de prostituição do entorno, nos anos 1950, e a posterior abertura das fábricas e do comércio de roupas.

“Além disso, não é um bairro só de coreanos. Os descendentes desse grupo são quase metade dos lojistas, mas também há fortes colônias judaicas e libanesas, por exemplo”, diz o empresário.

Um dos empresários que critica a proposta é Rafael Yu, dono da atacadista Aqua e um dos principais fabricantes de roupas da região. Segundo disse à Folha, o projeto separa a comunidade coreana de outros grupos de empresários locais que, nesse momento de crise, precisam se unir.

Fonte: Diniz (2017)

Desde então, o prefeito por alguns meses afirmou ter obtido parcerias com as multinacionais coreanas, entre elas Samsung, LG e Hyundai com o objetivo de revitalizar o bairro. Em seu discurso, mostrou desconhecimento sobre o número de coreanos que vivem em São Paulo, além de desconsiderar a heterogeneidade da comunidade (fonte matéria abaixo).

Figura 7 - O bairro como referência à comunidade coreana

Doria quer revitalizar e mudar nome de bairro para 'Bom Retiro Little Seul'

Ações no bairro paulistano serão realizadas em parceria com empresas sul-coreanas; anúncio foi feito pelo prefeito na capital do país

Pedro Venceslau *, Enviado especial
12 de abril de 2017 | 23h16

SIGA O ESTADÃO

SEUL - Em sua viagem a Seul, na Coreia do Sul, o prefeito de São Paulo João Doria (PSDB) anunciou obras de revitalização do bairro Bom Retiro, na região central de São Paulo. Após as intervenções, a região passará a ser classificada "Bom Retiro Little Seul", em referência à comunidade coreana que compõe a população do bairro.

"O Bom Retiro é uma área da comunidade coreana. Mais de 200 mil coreanos vivem ali e vivem felizes. Em breve, teremos um novo bairro do Bom Retiro, com a recuperação das áreas verdes, das praças, das calçadas, da sinalização, da manutenção e da limpeza", disse o prefeito na manhã desta quinta-feira, 13 (*noite de quarta-feira, no horário brasileiro*).

Fonte: Venceslau (2017)

A revitalização se tornou mais um recurso midiático, visto que não teve uma execução de obras significativas no bairro. No entanto, teve início dois projetos no entorno: o enterramento dos fios aéreos na região da José Paulino e adjacências, chamada de Projeto SP sem Fio e a construção de um monumento em homenagem a comunidade.

O *Projeto SP sem Fio* (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2018) que englobava outras áreas centrais da cidade, além do Bom Retiro e que seria realizada por empresas privadas do setor de comunicação concluiu somente a primeira etapa. Já o monumento foi construído pela associação coreana e o projeto foi idealizado como um concurso para a escolha da estrutura mais adequada¹⁵.

A inauguração que aconteceu na esquina entre as ruas Ribeiro de Lima e Prates reuniu políticos, o cônsul geral da Coreia, comerciantes do bairro, a imprensa brasileira e coreana. Possivelmente como formas de protesto, bandeiras de Israel simbolizando a

¹⁵ Monumento URI, onde significa "nós" em coreano. A ideia foi inspirada de uma tradição coreana antiga, onde na entrada de vilarejos tinham totens de madeira que simbolizavam proteção. O formato do rosto tem as letras do alfabeto coreano com as iniciais do Brasil e da Coreia.

comunidade judaica do Bom Retiro e da Grécia foram hasteadas e apresentadas em meio ao evento.

Figura 8 – Inauguração do monumento URI: coral das mães – agosto de 2018

Foto: Eanne Leite (2018)

Figura 9 – Inauguração do monumento URI “nós em coreano”

Foto: Eanne Leite (2018)

Figura 10 – Surgimento de judeus e gregos em evento coreano – agosto de 2018

Fonte: Eanne Leite (2018)

Em 2018, o dia 15 de agosto foi instituído como dia da Cultura Coreana oficialmente pela prefeitura de São Paulo no calendário de eventos da cidade. Além disso, o 11^a Festival de Cultura Coreana que aconteceu nos dias 12 e 13 de agosto de 2017, na Praça Fernando Prestes, ao lado da estação Tiradentes no Bom Retiro, contou com a presença de membros do poder público, representantes de instituições, como da Polícia Militar, a imprensa e delegações vindas da Coreia do Sul. No discurso de abertura realizado por um mestre de cerimônia na língua coreana e traduzido simultaneamente para o português, os destaques eram “parceria entre poder público e comunidade coreana”, “investimento” e “revitalização do bairro” (informação verbal).

No festival, as atrações se dispunham na praça entre venda de comidas típicas, jogos e brincadeiras interativas. A prefeitura cedeu o espaço do Arquivo Histórico de São Paulo para exposições da arte e vestuário coreanos. Os patrocinadores do evento eram a prefeitura, que tinha disponibilizado um local maior e mais visível que as edições anteriores, as multinacionais LG, Hyundai e empreendedores coreanos (Figura Z). De acordo com a diretora do Centro Cultural Hallyu – entidade privada que promove a cultura coreana – o festival começou há 10 anos na Oficina Oswald de Andrade (prédio histórico no Bom Retiro). Segundo ela, o projeto foi idealizado por um dos presidentes da associação e uma professora de dança, que viajou para várias regiões do país apresentando a dança tradicional coreana.

Yoo Na Kim conta que as dificuldades para a realização do evento ocorrem principalmente pela falta de patrocinadores e pela transitoriedade nos recursos oferecidos pelos mesmos. As mudanças de gestão na Associação Coreana também influenciam no planejamento e na falta de centralização sobre os dados do evento.

[...] o único problema nesses eventos né, de associação coreana, e que cada vez que o presidente muda, o tipo de evento também muda, então não segue uma regra, então não tem um manual, e um não passa pro outro a informação (Yoo Na Kim – presidente do centro cultural Hallyu).

Figura 11a e 11b - 11º Festival da Cultura Coreana na Praça Fernando Prestes no Bom Retiro

Foto: Eanne Leite (2017)

Figura 12a e 12b – 12º Festival da Cultura Coreana: apresentação de danças e sorteio de prêmios

Foto: Eanne Leite (2018)

Ao longo do ano 2018, a 12ª edição do Festival da Cultura Coreana se estendeu por três dias e recebeu o mesmo apoio de patrocinadores - a Hyunday cedeu um carro

para o sorteio final - da prefeitura e da comunidade (com sorteios de brindes durante o evento). A principal organizadora do evento é a Associação dos Coreanos que tem sede no próprio bairro e os colaboradores são voluntários. Não há uma estimativa de público oficial, entretanto o festival recebe cada vez mais pessoas interessadas na cultura coreana (informação verbal)¹⁶.

No final do evento, em ambas edições, uma disputa entre bandas *covers* de K-pop atraiu muitos jovens que dançavam em coreografias perfeitas e cantavam em coreano as letras das músicas.

No Bom Retiro o centro cultural *Hallyu*, presidido pela jornalista Yoo Na Kim, é uma entidade privada que promove a cultura coreana. São aproximadamente 500 alunos num prédio alugado no bairro que se dividem entre aulas da língua coreana e K-pop. De acordo com a diretora, o Centro Cultural *Hallyu* tem um papel e uma área de atuação diferentes do Centro Cultural Coreano (entidade ligada ao governo sul-coreano), além do centro cultural *Hallyu* estar localizado no próprio Bom Retiro¹⁷,

O objetivo do Centro Cultural *Hallyu* é divulgar a cultura coreana para qualquer pessoa que quiser e precisar de informação, para quer brasileiro ou de outra nacionalidade pode vir aqui e ter a máxima e a melhor experiência da Coreia possível (Yoo Na Kim – presidente do centro cultural Hallyu).

Por fim, três aspectos são relevantes no conjunto de observações acerca da dinâmica social e espacial dos coreanos nas ruas do Bom Retiro: a geração 1.5; a mudança da paisagem urbana do bairro com a abertura de novos empreendimentos; e o K-pop.

A geração 1.5 é uma denominação frequentemente utilizada não só no Brasil, mas em estudos principalmente de coreanos americanos (DANICO, 2004; LEE, 1991). O termo está relacionado com a geração do meio, que está entre a primeira e a segunda geração ou aqueles que saíram do país natal e migraram para outro país na adolescência (YANG, 2011). Apesar do termo não ser um conceito bem definido e fechado que depende de fatores e variáveis particulares, sua ideia traz importante elementos para se entender o momento atual do Bom Retiro.

¹⁶ O Presidente da Associação Brasileira de Coreanos, em entrevista, informou que no ano de 2018 o 12º Festival da Cultura Coreana recebeu aproximadamente 40 mil visitantes (dados não oficiais).

¹⁷ O Centro Cultural Coreano era localizado no bairro central de Santa Cecília, próximo ao Bom Retiro, entretanto em agosto de 2019 mudou-se para a Av Paulista

Os migrantes da geração 1.5 são hábeis com as duas línguas: português e coreano, são provenientes da Coreia e vivem de acordo com a memória formada e reconstruída do país vivendo no Brasil, e por isso, formando novas memórias (YANG, 2011, p. 72). Eles têm como referência na construção da identidade e elaboração de projetos ambos os países. É estimado que a nacionalidade da maior parte da primeira geração e da geração 1.5 ainda é coreana, sendo a naturalização brasileira uma opção conveniente, quando necessário por exemplo para trabalhar em carreiras profissionais que exigem o requisito.

Yang (2011) aponta que cada vez mais há uma preocupação da comunidade em integrar-se à sociedade brasileira e a preservação da cultura é um elemento decisivo para as futuras gerações nascidas no país.

Uma parte dos coreanos e descendentes optaram por trabalharem não no setor de confecção, mas como empreendedores e profissionais liberais. O núcleo de economia étnica formada no enclave, objetivava atender a própria comunidade com o comércio local.

Entretanto nos últimos anos ocorreram mudanças na paisagem urbana, observadas em reformas de restaurantes, cafés e mercados e a abertura de novos empreendimentos. Um exemplo é o mercado Otugui na rua Três Rios. Inicialmente um pequeno mercado de produtos coreanos, com letreiro escrito na língua nativa, após a reforma tornou-se um supermercado com as informações em ambas as línguas. O letreiro foi renovado com o nome escrito em português.

Figura 13a e 13b – Mercado Otugui: antes e depois da reforma

Foto: Eanne Leite (2017)

Eanne Leite (2018)

No mesmo prédio houve a inauguração de uma loja da marca LG e a abertura de um banco coreano. Seguindo a mesma tendência, outros estabelecimentos reformaram suas fachadas e tornaram seus ambientes internos mais modernos e aconchegantes.

Essas reestruturações ocorreram nos últimos três anos, com uma certa frequência abriram e reformaram aproximadamente 7 cafés, o que refletiu na concorrência,

[...] que ainda tem que desenvolver bastante pras cafeterias... porque já tem muitas cafeterias dentro do bairro que não tem movimento (Marcelo – Fresh Cake Factory)

Que realmente tá difícil e a concorrência é muito grande, tanto que nesses últimos quatro anos abriram 8 cafés só nessa rua. Então assim o povo tá saindo da confecção para tentar outra área, principalmente na área de alimentação (Fabiano Kim - Bellapan).

Figura 14a e 14b - New York Café: antes e depois da reforma

Foto: Eanne Leite (abril de 2018)

Eanne Leite (julho de 2018)

Figura 15 – Bakery Bonavinte na rua Três Rios – Bom Retiro

Foto: Eanne Leite (2018)

Por último, como parte das observações *in loco*, a estratégia global de comodificação da cultura coreana, sendo um dos elementos o K-pop, é visivelmente significativo principalmente entre os jovens.

O K-Pop, é uma indústria musical sul-coreana onde o governo do país dispõe de recursos estratégicos para a divulgação da *Hallyu*, “onda coreana” nos países do Ocidente. Além da música, o cinema, a moda, a animação, a gastronomia e os videogames são instrumentos que propagam a cultura coreana, principalmente entre os jovens.

Contudo, as mudanças gradativas na paisagem do bairro influenciadas pelos coreanos são apenas mais um elemento dentro de um conjunto mais amplo, que envolve as atividades econômicas, políticas e sociais do Bom Retiro.

Portanto, dados relativos ao turismo na cidade de São Paulo, contribuem para a análise local do desenvolvimento turístico do bairro e os fluxos que atuam interconectados ou não. Por isso, no próximo capítulo serão abordados aspectos que se referem ao turismo em São Paulo e as interfaces com o Bom Retiro.

3 – O turismo em São Paulo e no Bom Retiro

Neste capítulo, descreverei os números em relação ao turismo na cidade de São Paulo de acordo com os dados disponíveis nos órgãos oficiais. A despeito da importância do turismo de negócios, as estatísticas mostram que turistas domésticos, principalmente do próprio estado, são relevantes na dinâmica turística urbana.

O turismo urbano propõe novos olhares e concepções distintas acerca do significado de turistas e visitantes que juntamente com moradores compõe um público diversificado e que utilizam os mesmos espaços e equipamentos da cidade. Além disso, as distâncias entre alguns bairros são ilustrativas dos deslocamentos que moradores são obrigados a fazer durante percursos dentro da cidade. Este fato traz à tona a complexidade do entendimento de novas formas de mobilidade, não somente relacionada com o movimento físico, mas de ideias e expectativas que visitantes fazem dentro dos circuitos dos centros urbanos.

Tratarei brevemente sobre o cosmopolitismo e a dinâmica de cidade global, que levou São Paulo a um patamar das metrópoles mundiais no que se refere as mobilidades de capital, redes de transporte, conectividade e comunicação. Nesse contexto global, o turismo se destacou como atividade econômica alternativa às cidades pós-industriais e como catalisador das mudanças locais de reconfiguração da vida urbana.

Após a apresentação dos dados sobre o turismo em São Paulo, apresentarei dados mais específicos sobre o turismo que acontece no Bom Retiro, caracterizando os principais atrativos – patrimônio cultural edificado e região de compras da José Paulino. Essa descrição do turismo na região é fundamental para entender, em parte, as práticas turísticas que são visibilizadas no bairro.

Além dos números oficiais relativos à visitação no entorno, realizei uma breve pesquisa sobre os comentários de usuários da plataforma Trip Advisor e suas percepções acerca do Bom Retiro. Destaquei as palavras que remetiam à noção do bairro como multicultural, levando em consideração o histórico de fluxos migratórios.

Além disso, destaquei entre os comentários, àqueles que em alguma medida se vinculavam aos migrantes coreanos presentes na região. Dessa forma, constatei o quanto esses usuários percebem a pluralidade de culturas, num ambiente complexo.

3.1. Turismo em São Paulo

São Paulo é a maior cidade do Brasil, com uma população metropolitana de 21,3 milhões de habitantes (IBGE, 2018). A população da cidade é de 12,1 milhões (Ibidem, 2018) e a distância entre o centro e o extremo sul¹⁸ da capital é de 60 km (ARAÚJO, 2015). Este último dado mostra o quanto a maior cidade do país é extensa e, portanto, se reflete nos impactos de tempo e distância nos trajetos dos seus moradores.

Em relação ao turismo, a cidade de São Paulo recebeu 15,4 milhões de turistas em 2017, o que representa um crescimento de 3% em relação ao ano anterior (SP Turis, 2018). Entre os turistas estrangeiros que mais visitam a cidade estão (2,7 milhões) americanos, argentinos, chilenos, alemães e espanhóis. Em relação aos turistas domésticos, 83% do total são oriundos das cidades de Campinas, Ribeirão Preto, Sorocaba, São José dos Campos e Santos, além disso São Paulo representa 9.8% do turismo nacional.

Ainda de acordo com os dados oficiais da SP Turis (2018) as mais visitadas atrações turísticas da cidade são a avenida Paulista, o Parque do Ibirapuera e a região de compras da rua 25 de Março. No geral, as atividades que mais interessam aos turistas são a gastronomia, compras e visita a amigos e parentes. O motivo principal de visita à São Paulo é o segmento de negócios (47%), seguido de lazer (25%), visita a parentes e amigos (13%), saúde (5%), eventos (3,9%), educação (3%) e outros motivos (1,9%). Entre os turistas domésticos, a principal acomodação é a casa de parentes e amigos.

Paralelamente nas avaliações de uma plataforma colaborativa de experiência turística (Trip Advisor, 2019) as atrações melhor avaliadas são em primeiro lugar, o Parque do Ibirapuera, a avenida Paulista e em terceiro, a Pinacoteca do Estado de São Paulo.

A capital paulista é a oitava a receber visitantes estrangeiros (1,92 milhões) no ranking de cidades da América Latina (MASTERCARD, 2018). No ano de 2016, São Paulo era 4ª colocada no ranking das cidades mais visitadas da América Latina com 2.3 milhões visitantes estrangeiros (MASTERCARD, 2016).

Cosmopolita e global

¹⁸ É o bairro Engenheiro Marsilac, onde a população viaja até 3 horas para buscar uma opção de lazer (centro cultural, cinema, museu, teatro) (ARAÚJO, 2015).

A imagem difundida de São Paulo é de cosmopolita e global. Entre as características que se atribuem à cidade é a de um “ polo de grande atração de turistas pela diversidade de opções oferecidas e pela vibração econômica e cultural que a transforma em um produto diferente” (PLATUM, 2015-2018, p.16). Pela perspectiva do plano de turismo municipal, o turismo se tornou uma atividade central, que tem como característica o consumo dos territórios que envolve um conjunto de bens e serviços que compõem “o fazer turístico, ou seja, a prática do turismo e tudo aquilo que essa prática envolve” (CRUZ, 2000, P.9).

Adicionalmente, São Paulo é global pelo seu próprio contexto político, econômico e social. Capital financeira e econômica, a cidade vivenciou transformações em diferentes níveis de atuação. Enquanto o desenvolvimento de novas tecnologias e uma nova composição da economia ocorreram globalmente, mudanças nas funções e funcionalidades da cidade aconteceram em nível local (SOUZA, 2004). Esse processo facilitou, entre outros, a competição entre as cidades fisicamente distantes (CARVALHO, 2011), mas também estimulou a necessidade de produção de equipamentos culturais, ligados à uma busca da identidade cultural e a obrigação de criar elites técnicas ou culturais para alimentar a legitimidade e prestígio no âmbito internacional (CORDEIRO, 2002).

Após 30 anos do conceito de cidade global (SASSEN,1991), onde os centros urbanos contemporâneos conectados à economia mundial, elevaram a importância do turismo, São Paulo ainda apresenta dificuldades em articular o desenvolvimento turístico através da dinâmica urbana da cidade (ALLIS, 2012).

A carência de estudos que englobam o turismo urbano na cidade global de São Paulo, permite considerar os resultados de Carvalho (2011) sobre a visão fragmentada da atividade dentro das áreas consideradas oportunidades para a cidade. Além disso, Allis (2012, p.233) pontua que a cidade possui alguns elementos que são característicos de cidades globais (equipamentos hoteleiros sofisticados, demanda de serviços corporativos, multiculturalismo). No entanto existem particularidades essencialmente locais, que ainda “definem as práticas e as possibilidades de turismo – em que pesem atividades urbanas espontâneas, como feiras, eventos, paisagens particulares” (Ibidem., p.233).

Contudo, nos últimos anos, o poder público sob a tendência de valorização da cultura e no esforço de consolidar São Paulo como cidade global, aderiu a uma nova estratégia para atrair turistas. Isso ocorreu principalmente a partir da década de 1980, num

cenário de transformação da cidade, de industrial para o destaque no setor de serviços, mostrando a relevância do turismo como atividade econômica.

Isso é observado em São Paulo, a partir de 1990 quando o turismo de negócios já havia se consolidado como principal motivação para os turistas na metrópole. E ainda significativo nos dias atuais, de acordo com os dados do Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo (2017), onde “negócios” é apontado como 46% da motivação das viagens e “feiras e eventos” por mais 22%.

À parte, o termo cosmopolita, descritivo no senso comum das grandes metrópoles e certamente sobre São Paulo (PLATUM, 2015-2018), traz a ideia de um mundo sem fronteiras, acolhimento e características universais. Mas também, desafia a contradição do significado de ser cosmopolita como uma capacidade de estar aberto ao diferente e a reprodução da lógica binária racial, eu e o outro, além da formação das fronteiras no processo de construção do estado-nação (SCHILLER, 2015). A complexidade que envolve o cosmopolitismo nas cidades e os migrantes são intrínsecos aos elementos que estruturam os bairros étnicos e por isso, carecem de intervenções pontuais de desconstrução do senso comum.

Retomando a valorização do patrimônio material e imaterial na cidade, a partir da década de 80 e 90 houve a criação dos museus da imigração, que se mostraram necessários diante o avanço da urbanização ou as transformações ocorridas no campo que modificaram muito os espaços identificados como territórios da migração (PAIVA, 2015). A cidade de São Paulo e os bairros reconhecidos de migrantes, como o Brás, Liberdade, Mooca e Bom Retiro “paulatinamente perderam características de localidades habitadas por grupos de imigrantes tradicionais” (Ibidem, p. 233).

No âmbito dos eventos e festas populares, a cidade demonstra cada vez mais uma vocação para exaltar a diversidade cultural, como a 23ª Festa do Imigrante, evento organizado pelo próprio museu que reúne a gastronomia, arte, música e dança das nacionalidades que compõe a diversidade da cidade. Em 2018 o evento recebeu por volta de 20 mil pessoas (PORTAL DO GOVERNO, 2019) interessadas nas manifestações culturais de mais de 40 comunidades estrangeiras. Um outro evento cultural que destaca as tradições da colônia italiana é a Festa da Achiropita que acontece no bairro do Bixiga. A 91ª edição em 2017 atraiu um público estimado em 250 mil pessoas (MARQUES, 2017) Ainda mais recente, é a Feira Kantuta, uma feira gastronômica que acontece aos domingos no bairro do Pari e que se tornou “ um palco das principais manifestações

culturais e um canal de trocas com a sociedade de acolhimento” (BASTOS et al., 2014, p. 102).

Contudo, a partir desses eventos onde a cultura do migrante torna-se a atração principal para atrair visitantes e turistas é possível descrever brevemente o cenário urbano e os fluxos migratórios de São Paulo.

3.2. O Bom Retiro turístico: que turismo?

Pergunte a qualquer paulistano sobre a primeira coisa que ele imagina quando pensa no bairro do Bom Retiro e provavelmente você ouvirá algo sobre a Rua José Paulino. A rua que é considerada pelos guias especializados como a rua de compras feminina "mais famosa" do país, também é um paraíso para as "sacoleiras de todo o Brasil". Estima-se que pelas suas mais de 350 lojas, espalhadas ao longo dos diferentes quarteirões, circulem aproximadamente 70.000 pessoas por dia (TRENCH et al., 2009)

De acordo com o site da São Paulo Turismo “ São Paulo é referência no turismo de compras” (SÃO PAULO TURISMO, 2012). Na reportagem é destacada a diversidade da oferta comercial comparada às metrópoles globais. Dentre as opções, o comércio popular do Bom Retiro aparece como opção para os 24% dos turistas que ficaram mais um dia na cidade motivados pelas compras (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2011).

As ruas em torno da rua José Paulino, principal via de comércio no varejo da região, abrigam lojas sofisticadas, muitas de proprietários coreanos. A maioria dessas lojas vendem no atacado principalmente para as sacoleiras vindas de todas as partes do país. São aproximadamente 350 lojas onde circulam 70.000 pessoas por dia (CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS, 2017).

Contudo, dentro do complexo de lugares turísticos presentes no bairro (região de compras, patrimônio cultural edificado, manifestações culturais) os elementos culturais coreanos, ainda que incipientemente, começam a ser experimentados pelos visitantes como será detalhado adiante.

O bairro não se limita a ser uma referência em compras. Os atrativos culturais analisados no Plano de Desenvolvimento Turístico no Centro de São Paulo (SÃO PAULO TURISMO, 2008), alguns existentes no Bom Retiro, também são pontos de visitação na cidade e são definidos como (Ibidem, p.47),

Elementos da cultura que, ao serem utilizados para fins turísticos, passam a atrair fluxos turísticos. São os bens e valores culturais de natureza material e imaterial produzidos pelo homem e apropriados pelo turismo, da pré-história à época atual, como testemunhos de uma cultura, representados por suas formas de expressão; modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, os objetos, os documentos, as edificações e demais espaços para destinos diversos; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Especificamente, no Inventário de Referências Culturais (IPHAN, 2010)¹⁹ traz os bens culturais materiais e imateriais, representados pelas edificações, lugares, formas de expressão, celebrações, ofícios e saberes identificados no Bom Retiro (Figura 18). Essas referências reconhecidas como bens culturais demonstram a dimensão da multiculturalidade presente no bairro. Atestam a diversidade e a forma como o patrimônio foi preservado ao longo dos anos nas sucessivas migrações que ocorreram no entorno e ainda convivem entre si.

Os bens culturais materiais e imateriais contemplados na pesquisa estão identificados nos edifícios de uso institucional, como a Estação da Luz e o Museu da Língua Portuguesa; como instituições culturais e museus, representados pela Pinacoteca do Estado e a Estação Pinacoteca; centros comerciais e galerias, como o centro comercial Bom Retiro situado à rua José Paulino; e espaços públicos, como o Jardim da Luz.

¹⁹ O Inventário de Referências Culturais (INRC) é uma metodologia de pesquisa desenvolvida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) para produzir conhecimento sobre os domínios da vida social aos quais são atribuídos sentidos e valores, ou seja, formam marcos e referências de identidade para determinado grupo social.

Figura 16 – Referências Culturais do Distrito do Bom Retiro

Fonte: IPHAN (2010), adaptado pela autora

Embora o número de referências culturais seja significativo num reduzido espaço urbano e se mostre dispersado geograficamente no bairro, destaca-se quatro bens culturais edificados:

- Pinacoteca do Estado de São Paulo e Estação Pinacoteca: um prédio projetado em 1986 pelo arquiteto Ramos de Azevedo, sendo atualmente uma das principais atrações turísticas da cidade. Recebeu cerca de 880.000 visitantes em 2018 (ASSOCIAÇÃO PINACOTECA DE ARTE E CULTURA, 2018). É o museu mais visitado da cidade e a primeira atração mais avaliada no site Trip Advisor.
- Jardim da Luz: criado originalmente como Horto Botânico, em 1825 foi aberto ao público como Jardim Público da Luz. É o mais antigo parque público do município. Localiza-se ao lado da Pinacoteca, tendo duas saídas: uma para a Praça da Luz, em frente à estação com o mesmo nome e a outra saída para a rua Ribeiro de Lima. No site Trip Advisor está em 152ª posição de 799 no ranking de atrações avaliadas.
- Estação da Luz: construída em 1895 para atender a demanda da produção cafeeira, a estação tem estrutura metálica inglesa. Em meio ao fluxo de passageiros diários do metrô e do trem, o espaço também é sede do Museu da Língua Portuguesa, que no momento está fechado para reforma. Na estação da Luz partem os trens Expressos Turísticos, que tem como destinos as cidades de Jundiaí, Mogi das Cruzes e Paranapiacaba. Por ano, cerca de 15.000 pessoas passeiam pelo Expresso Turístico (CPTM, 2017) e é a 13ª de 56 mais avaliadas pela plataforma colaborativa Trip Advisor dentro da categoria transportes. A Estação da Luz no mesmo site ocupa a 113ª posição entre 799 atrações.
- Museu da Língua Portuguesa: proporciona uma viagem sensorial e subjetiva pela língua portuguesa, exibidas por meio de recursos audiovisuais e tecnologia. Em 2018 um incêndio destruiu parcialmente o prédio e atualmente se encontra fechado para reforma.

Além destes equipamentos culturais, a rua José Paulino e as ruas adjacentes compreendem o polo de compras do Bom Retiro. Essa região do bairro faz parte do circuito turístico central, onde se concentra parte das atrações mais visitadas da cidade

Pinacoteca e Estação Pinacoteca, o Museu da Língua Portuguesa, Estação da Luz, o Jardim da Luz (Figura 19).

Figura 17 – Equipamentos culturais e região de compras do Bom Retiro

Fonte: Adaptado pela autora em base Google Maps

Conforme a descrição anterior sobre o número de visitantes e avaliações na principal plataforma colaborativa de viagens, depreende-se um turismo consolidado nessas atrações da cidade de São Paulo. Isso significa que um fluxo de pessoas que podem ser turistas, visitantes e/ou moradores²⁰ interagem nos mesmos equipamentos na região do Bom Retiro.

A complexidade das práticas existentes na região faz parte da problematização da pesquisa (figura 20), onde o objetivo maior é explicar de que maneiras o legado étnico dos coreanos participam e/ou atuam no desenvolvimento turístico do bairro do Bom Retiro em São Paulo.

²⁰ Não existem dados em relação ao tipo de visitante e nem suas origens.

Portanto, pode-se afirmar que as práticas turísticas que acontecem em torno dos equipamentos culturais e na região de compras do bairro se estendem à região onde o legado coreano está presente?

Figura 18 – Equipamentos culturais, região de compras do Bom Retiro e o legado étnico coreano

Fonte: Adaptado pela autora em base Google Maps

De forma geral, o turismo no Bom Retiro se reflete nos comentários de visitantes na plataforma Trip Advisor²¹. Ao pesquisar pelo Bom Retiro no período de 2013 a 2019, 351 avaliações são disponibilizadas (336 em português, 9 em espanhol e 7 em inglês). A maioria das avaliações (310) expressam opiniões relacionadas com o contexto de compras da José Paulino e adjacências. O quadro 1 descreve os 8 comentários que identificam o

²¹ Trip Advisor. Bom Retiro. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303631-d5043119-Reviews-or320-Bom_Retiro-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html. Acesso em 13 de maio de 2018.

bairro com palavras-chave que remetem à cultura, migrantes, diversidade e nacionalidades específicas.

No comentário 5 do quadro 1, o visitante descreve a Fresh Cake Factory, uma padaria coreana, e na avaliação 7, as padarias gourmets, o que certamente são as padarias coreanas, que serão detalhadas mais adiante.

Quadro 1 – Comentários do Trip Advisor sobre o Bom Retiro

1. “ Na região central de SP, um bairro que oferece muitas opções de compras, especialmente roupas de todos os tipos, e também comidas de diversas nacionalidades . Vale a pena um dia de visita”. São Paulo, SP. Set. de 2013.
2. “ Pegue um metrô para a Luz e aproveite para combinar cultura com compras em um sábado qualquer (algumas lojas só atendem varejo aos sábados). Do lado da estação fica o museu da língua portuguesa e a pinacoteca, do outro a avenida José Paulino com roupas de todos os gostos e qualidades...”. Fevereiro de 2014.
3. “ O bairro é incrível, bem localizado, você pode ir pra qualquer lugar, tem metrô, trem, ônibus, e tem acesso as principais vias da cidade. O comércio de roupas é o forte e tem uma enorme carga cultural. A diversidade de diferentes povos e etnias trazem um outro ar ao bairro ”. São Paulo, SP, 2014
4. “ Se você deseja comprar ou ver as últimas tendências de moda, esse é o lugar. [...] Lojas de todos os tipos, voce tbem vai encontrar lojas com comidas tipicas judaicas . Eu indico e adoro o bairro. São Paulo, SP. Outubro de 2014.
5. “ A principal rua de comercio do Bom Retiro. {...} para a gastronomia tem boas opções como o Bistro da Sará, Acropolis, Casa Búlgara, Frash Cake Factory, Frans café e o Kitutis . A mulherada passa horas e horas nesta rua. São Paulo, SP. Fevereiro de 2016.
6. “ É um lugar de compras , mas também é bem bacana para passear pelas ruas e ver as diferentes influências de imigrantes e migrantes no bairro . Almoço é sempre no Bom Ra, na Rua dos Italianos (costela imperdível). São Paulo, SP. Maio de 2016.
7. “ Bairro comercial e residencial , com inumeros restaurantes, padarias gourmets, bares, e claro, as famosas lojas de vestuario ! você encontra de tudo neste bairro.. além de pessoas do mundo e do brasil inteiro! um ótimo passeio de sexta/sabado!. São Paulo, SP. Agosto de 2016.
8. “ Fashion district just like the one in downtown LA. Best store for women is D & C Fast Fashion on Rua Jose Paulino 558. They have sales people that speak multiple language in English, Portuguese, Korean, Vietnamese, Spanish . They have casual clothes and party dresses there.

Fonte: Trip Advisor (2019), adaptado pela autora

Especificamente 17 comentários (Quadro 2) relacionam a cultura coreana no Bom Retiro. As expressões escritas por visitantes mostram que os coreanos são percebidos significativamente no bairro, tanto pela comunidade, como pelos restaurantes e mercados. Também há menção sobre a comparação das ruas onde há elementos coreanos com a Coreia, remetendo a uma autenticidade e a identificação das padarias como descoladas. Nota-se que tais observações só poderiam ser feitas se os visitantes além de circularem pelas ruas da rua José Paulino, também circulassem nas ruas mais próximas ao interior do bairro, onde se localizam a maior parte dos estabelecimentos coreanos, como é visto na figura 18 acima.

Quadro 2 – Seleção dos comentários sobre a cultura coreana no Bom Retiro

1. “A Rua José Paulinho é uma das atrações com show de lojas e confecções centro tradicional de compra e confecções antes dominadas por árabes em judeus hoje em dia a colônia coreana domina as lojas vá preparado para visitar diversidade imensa de lojas os preços são muito bons e uma imensa diversidade de estilos”. Praia Grande, São Paulo. Janeiro de 2014.
2. “[...] mas também pode ter um bom almoço ou um café em um restaurante coreano . Não vá até lá só para roupas, desfrute de toda a comida tipicamente coreano , alguns menus não são mesmo em Português, então você recebe um sentimento de estar realmente na Coreia do Sul . Existe um famoso restaurante grego muito e bons lugares para comida judaica, bem. Mais importante: estar preparado para a pé! ”, Macaé, Rio de Janeiro. Março de 2014.
3. “fui com a minha esposa cismo sabado estava la 90%mulher eu fazia parte dos 10% homem. mas e legal vem chines coreano Paulista mineiro baiano e outros na região”. Guarulhos, São Paulo. Fevereiro de 2015.
4. “Excelente lugar para comprar roupas ou para apreciar um pouco da Cultura Coreana , neste bairro tem muitos restaurantes e mercearias coreanas , além do Centro Cultural Coreano onde você pode fazer aulas do idioma, taekwondo e dança tradicional! Além de ter um excelente hotel com ótimo preço: O Luz Plaza Hotel!”. Recife, Pernambuco. Abril de 2015.
5. “Bairro tradicional do centro de São Paulo com forte presença dos imigrantes árabes e coreanos (em maior quantidade) , é muito procurado pelo seu forte comércio de roupas. Sempre que trago amigas de outros estados para passear aqui elas piram com os preços baixos e a qualidade das roupas. Mas o bairro não é só comércio, pode-se ver vários casarões históricos (alguns bem conservados, outros caindo aos pedaços), algumas artes de rua,

cartazes e jornais na língua coreana , passear no Sesc Bom Retiro, provar a culinária árabe ou a grega no sensacional restaurante Acrópolis”. São Paulo, São Paulo. Junho de 2015.
6.”O Bom Retiro é um lugar variado, [...] isso sem contar com as perfumarias e farmácias, além dos mercadinhos coreanos , que apresentam produtos variados, oriundos da Coreia, Japão e China. Existem também alguns restaurantes, como o de cozinha grega (Acrópolis, na rua da Graça), judaica (Delishop, na rua Correia de Melo), além de outros locais (restaurantes por quilo, cozinha japonesa, lanchonete Subway, Café Colombiano), na mesma rua Correia de Melo. São Paulo, SP. Maio de 2015
7.”Bairro tradicional para realizar boas compras de roupas. A maioria dos proprietários são coreanos e há uma infinita variedade de roupas. Pra todos os gostos. Por perto há lanchonetes e restaurantes. Cuiabá, MT. Rio de Janeiro, 2015
8.”. Preciso ser bem sincera, depois de tantos doramas assistidos, estar no Bom Retiro é ver o sonho realizado! Pude experimentar o melhor bibimbap da minha vida, ir nos cafés no maior estilo coreano e ver asians por todos os lados. Queria muito poder voltar todo dia pra continuar experimentando esse pedaquinho da Coreia no Brasil ”. Rio de Janeiro, RJ. Julho de 2015.
9.”[...] desde os coreanos, que são muitos , até um grego e um bistrô francês. Vá com sapato sem salto e roupas confortáveis, pois para aproveitar bem o bairro é preciso ter disposição para andar bastante”. São Paulo, SP. Janeiro de 2016.
10.” Um ótimo lugar para apreciar a culinária coreana . O bairro do bom retiro é conhecido por ser reduto da comunidade coreana . É ótimo lugar para compras de itens coreanos, principalmente nos mercadinhos”. Londrina, PR. Fevereiro de 2016.
11.”[...] Aproveite para passar em algum mercadinho coreano e comprar um creme em pó coreano delicioso para misturar no café”. Junho de 2016.
12.” Pra que gosta da Coréia (Norte e Sul) e da cultura coreana como eu, vai amar o Bom Retiro. Novembro de 2016.
13.”[...] Nesse bairro conhecido como bairro coreano , vcs encontram ótimos restaurantes gregos, judaicos, as famosas burekas é claro muitos restaurantes coreanos e padarias descoladas . Janeiro de 2017.
14.”[...]. Antes o bairro era formado basicamente por judeus e gregos. Agora a grande maioria é de coreanos . Há bons restaurantes. Atenção: nem todas as lojas tem provador! São Paulo, SP. Outubro de 2016.
15.” O bairro é muito agradável e tem uma vibe coreana muito boa. [...]. Os restaurantes e cafés são bem legais principalmente para quem gosta de kpop . Vale a pena conhecer! Belo Horizonte, MG. Janeiro de 2018.

16.”[...] pude andar pelas ruas com sacolas sem medo. Fomos a um restaurante muito bom chamado **Tofu House**, comida deliciosa. Curitiba, PR. Julho de 2018.

17.” O Bairro do bom retiro é para se curtir mto além das compras na José Paulino! Como é um bairro cheio de vida e imigração você pode viver mais o dia a dia **coreano**, latino, italiano, judeu... diversos restaurantes para experimentar comidas diferentes, culturas e pessoas! São Paulo, SP. Maio de 2019.

Fonte: Trip Advisor (2019), adaptado pela autora

Por fim, conclui-se que o Bom Retiro é um bairro dinâmico no cenário paulistano e é percebido pelos visitantes não só pelas compras, mas também pela trajetória de migrações estabelecidas na região e que fomentaram a diversidade cultural. E apesar da pluralidade de nacionalidades, nos últimos anos os coreanos contribuíram com mudanças, ainda que sutis, na paisagem urbana das ruas no interior do bairro, conforme descrito no subcapítulo.

3.3. Conclusões parciais ao capítulo

Diante os números do turismo em São Paulo, o Bom Retiro abriga importantes atrativos da cidade. Os dados referentes ao patrimônio cultural edificado e a região de compras da José Paulino, denotam que a despeito dos números, um amplo grupo desconhecido de pessoas utilizam esses espaços, como turistas, moradores, visitantes, trabalhadores da região.

Nesse contexto, os conceitos²² que englobam os significados de viajante, visitantes, turistas e excursionistas parecem fazer parte desse emaranhado de práticas que decorrem do entorno. A despeito das motivações e tempo de permanência nos locais, a divisão binária do turismo entre ordinário/cotidiano e extraordinário (URRY, 2001) não contempla as diversas situações comportamentais na cena urbana do Bom Retiro. Como exemplo, um aluno de língua coreana no bairro que após a aula decide visitar os atrativos turísticos.

Estas práticas cotidianas são difusas na medida em que as distinções entre trabalho, lazer e atividades diárias se entrecruzam e se tornam pontos de tensões que

²² Em síntese, “todos os visitantes são viajantes turísticos, mas nem todos os viajantes são visitantes e, por isso, nem todos eles entram nas estatísticas de turismo: genericamente, os que não entram nas estatísticas são os que não exercem uma atividade remunerada no lugar visitado” (NOGUERO, 2010, p. 180).

emergem do que consideramos “estranho” e o que seria “familiar”. A partir deste fato, as experiências turísticas se tornam parte da vida diária (GALE, 2009).

Por outro lado, moradores, comerciantes e trabalhadores, também fazem parte desse complexo fluxo de pessoas, dentro de suas relações cotidianas de ida e vinda do trabalho. Eles podem em algum momento revelar um comportamento que se molda às situações extraordinárias. Tais situações implicam na possibilidade de que, em seus cotidianos e em certos espaços, se revelem “estranhamentos e relacionamentos de curiosidade e interesse, por mais que alguns desses espaços sejam objeto de familiaridade” (ALLIS, 2014, p. 30).

Desse modo, pode-se entender que no contexto urbano da contemporaneidade, em certos casos, os moradores consomem a cidade de maneiras similares ao turista, onde eles (moradores) desfrutam das mesmas atividades que turistas e visitantes (MAITLAND, 2010).

Essas práticas sociais e turísticas que acontecem nos grandes centros urbanos, mas que estão sendo analisados em microescala no Bom Retiro, ainda que não expliquem os comportamentos relacionados com os espaços, dão em certa medida a noção da complexidade quando a prática turística e suas linhas conceituais se tornam distorcidas por outras formas de produção, consumo e mobilidades na contemporaneidade.

De uma outra perspectiva, o Bom Retiro apresenta características em que os atrativos estão setorizados no bairro, inclusive situados na parte plana alta. Soma-se a isso, a localização central e o fácil acesso de transporte público, atributos que privilegiam a circulação pelo bairro.

O contexto político, econômico e social que promoveu o surgimento dos atrativos, deixaram vestígios dos fluxos migratórios no bairro. Pelos registros dos comentários na plataforma de colaboração turística, o Bom Retiro de compras, também é reconhecido por sua pluralidade cultural. Além disso, ainda que em menor número, os coreanos são identificados nos espaços (padarias, restaurantes, mercados) ou pela memória dos usuários na dominante atuação desse grupo no Bom Retiro.

4 - (I) mobilidades: fluxos e fricções

As mobilidades ensejam um enfoque mais adequado ao complexo arranjo delineado na dinâmica de movimento em larga escala de pessoas, objetos, capital e informação pelo mundo. E sobretudo, nos processos locais que acontecem no cotidiano das pessoas e envolvem os meios de transporte, o movimento através dos espaços públicos e a viagem de materiais (HANNAM, et al., 2006).

Georg Simmel²³ foi responsável em elaborar as bases conceituais de deslocamento geográfico e mudança social, além da compreensão de mobilidade vinculada às distâncias geográficas. Essa última, serviu como princípio para as áreas de estudos migratórios e urbanos.

Entretanto, a partir de 2006 ganha corpo um novo paradigma das mobilidades (SHELLER, URRY, 2006), onde é colocado à prova as pesquisas nas ciências sociais caracterizadas por teorias sedentárias e estáticas. Com efeito, símbolos da modernidade como o carro, foram isentados dos processos de reconfiguração da vida urbana e a transformação do automóvel como elemento intrínseco à compressão do tempo e espaço²⁴.

Em contraponto à fixidez, o “*mobility turn*” vivenciado nas ciências sociais pelo Paradigma das Novas Mobilidades reposiciona as relações sociais dentro do contexto das viagens, “conectando diferentes formas de transporte com padrões complexos da experiência social conduzidas através das comunicações à distância” (SHELLER; URRY, 2006).

Em outros termos, tratando-se do movimento como um deslocamento de um ponto A a um ponto B, nota-se que o tempo e espaço são o contexto entre esses dois pontos. E que as pessoas e objetos que se movem são os agentes na produção desse tempo e espaço (CRESSWELL, 2006). Dessa perspectiva pode-se afirmar, dentre vários outros, os seguintes efeitos;

²³ Ver Simmel (1990).

²⁴ Para ilustrar o significado da compressão do tempo e espaço, ver Urry (1999, p. 124). A era pós Fordista envolveu uma nova definição espacial e mais significativamente novos meios em que o tempo e espaço são representados. A compressão do tempo e espaço se tornou central nos processos e experiências físicas e humanas. A mobilidade corpórea é um exemplo. Os primeiros migrantes coreanos que chegaram ao Brasil na década de 1960 levaram de navio 52 dias entre Busan e o Porto de Santos (YANG, 2011). Atualmente a viagem de avião entre as duas cidades tem duração de 1 dia e 3 horas com duas ou três paradas.

1. O encurtamento das distâncias do globo pela crescente mobilidade, não só corpórea, mas também de objetos, capital, informações, onde a velocidade é habilitada pelas inovações tecnológicas em transporte e comunicações;
2. As mobilidades que envolvem complexas geografias híbridas de humanos e não humanos, permitem pessoas e materiais se moverem através de várias regiões e ainda assim manterem suas formas (WHATMORE, 2002).

Em relação às distâncias cada vez menores no contexto de um mundo em movimento, há lugares e tecnologias que impulsionam a mobilidade de algumas pessoas e lugares, e conseqüentemente aumentam a imobilidade de outras (MOSS, 2004). Nesse sentido, a mobilidade é vista como parte de um processo de produção social do tempo e espaço (CRESSWELL, 2006), onde as práticas não são somente caminhos entre dois pontos, mas são pelo menos parcialmente, constituídas por narrativas (CRESSWELL, 2010).

Por consequência, as mobilidades e o controle sobre elas refletem e reforçam o poder de quem as controlam (SHELLER, URRY, 2006). De fato, os aspectos que diferem, por exemplo, os turistas e os migrantes são determinados pela velocidade e escolha de ambos. Numa espécie de fricção variavelmente distribuída no espaço e que deve ser observada como uma escolha ou uma parada forçada (CRESSWELL, 2010).

Enquanto cada vez mais turistas são estimulados e optam pelo movimento acelerado e contínuo, sem barreiras, migrantes frequentemente são barrados nas fronteiras visíveis e invisíveis. Os primeiros, vivem sob a dinâmica das cidades de “*pushing or pulling*” (SHELLER, URRY, 2006) onde gestores públicos e privados concentram esforços em atrair e obter receitas advindas dos turistas, contrastando com movimentos que recentemente os repelem. E não só isso. Mas o próprio significado de turista na contemporaneidade, no qual ser turista é uma das características da experiência moderna. E que tem se tornado uma marca de status nas sociedades, além de uma orientação à perspectiva cosmopolita (URRY, 2007).

Em contraste, o movimento de pessoas através das fronteiras, tem sido sujeito às políticas de migrações discriminatórias, subordinado à controles seletivos de vistos e passaportes, classificados por categorias de diferenciação entre legais e ilegais (ABRAM et al., 2017) (ainda que o termo ilegal seja condenável para tratar pessoas que precariamente tentam atravessar fronteiras em busca de melhores condições de vida, ainda é utilizado pelo Estado).

Portanto, existe uma complexa noção relacional entre o significado da viagem e o viajante, na qual as geografias sensoriais não estão localizadas somente nos corpos individuais, mas estendem-se a espaços, bairros, regiões, culturas e espaços de lazer com particular disposições cinestésicas (EDENSOR, 2002; SELLER, 2004).

Certamente, no que diz respeito a essa pesquisa, turistas e migrantes, como agentes corpóreos do movimento são representativos da dinâmica do movimento que também carregam objetos materiais. Os primeiros, interpretam os destinos condicionados pelas memórias e experiências pessoais, constituídas por regras e estilos, assim como pela circulação de imagens e textos destes lugares (URRY; LARSEN, 2011). Similarmente, os migrantes ao partirem de seus países de origem, carregam consigo parte desses lugares - que são reconfigurados nos destinos de forma material, representadas por souvenirs, texturas, comidas, cores, sons – reconfigurando o destino figurativamente e imaginariamente (TOLIA-KELLY, 2006).

4.1. O turismo e a migração na contemporaneidade

Nos últimos anos os crescentes fenômenos, migração e turismo, têm causado impactos significativos nas sociedades contemporâneas. De um lado, a mobilidade dos turistas cresce a cada ano, na ordem de 7% em 2017, chegando a 1.326 milhões no mesmo ano e com perspectiva de crescimento entre 4% a 5% em 2018 (UNWTO, 2017). Respectivamente, os deslocamentos humanos causados por guerras, conflitos, pobreza, perseguições e outras motivações também apresentam números elevados. De acordo com dados das Nações Unidas, 258 milhões de pessoas vivem em países diferentes de suas origens, refletindo num aumento de 49% de deslocados entre 2000 a 2017 (ACNUR, 2017).

Em parte, o crescimento desses fluxos transnacionais é fomentado pelas mudanças tecnológicas, sociais e culturais que facilitam as mobilidades virtuais, imaginativas e também físicas (COHEN et al., 2015). Neste contexto, os fluxos turísticos e migratórios fazem parte de sistemas complexos e dinâmicos, interligados por novas tecnologias de comunicação e transporte. Ambos, são expressões fundamentais da mobilidade contemporânea e contribuem para a produção e o consumo dos espaços urbanos (HALL; RATH, 2007).

Num sentido amplo, a mobilidade ainda que não seja uma nova ideia (CRESSWELL, 2010) tem sido influenciada cada vez mais por fluxos transnacionais constantes, mudanças de perspectivas socioculturais nas sociedades e o surgimento de novas tecnologias de comunicação, transporte e conectividade social que caracterizam uma reconfiguração da vida cotidiana (COHEN et al., 2015).

Nesse sentido, o turismo, fenômeno interdisciplinar e catalisador das transformações sociais, utiliza da geografia e sociologia na tentativa de fornecer um ponto de intersecção que permita um entendimento mais amplo do significado por traz dos arranjos das mobilidades corpóreas (COLES; TIMOTHY, 2004).

Por esta perspectiva, Hall (2005) aborda o tempo, espaço e a distância para demonstrar como o movimento dos turistas ao redor do mundo e ao longo de suas vidas pode estabelecer um ponto de desfoque entre o limite de outras formas de mobilidade temporária, como a migração e as viagens a trabalho.

Ambos os fenômenos, migração e turismo, têm como características o crescimento em números. Embora estatísticas não ajudem a qualificar a experiência dos deslocamentos, estes, demonstram o quão os impactos são globalizados e produzem consequências tanto às mobilidades desses corpos, quanto às mobilidades de mercadorias, objetos, conceitos e discursos.

Do ponto de vista das mobilidades, autores exploram a relação entre turismo e migração em que pese o estilo de vida móvel das pessoas na contemporaneidade (COHEN, 2011; ANDERSON; ERSKINE, 2014; COHEN et al., 2015), onde migração e turismo devem ser observados juntos na pesquisa – e não separadamente – para um melhor entendimento da relação entre esses dois tipos de movimento.

William e Hall (2000, p. 20) destacam a falta de um conceito mais sólido e a negligência em discutir “a zona cinza de complexas formas de mobilidade”. Recentemente, o “fim do turismo”, aparece como um manifesto, não literal, mas como forma de imprimir o desafio de discutir o conceito de turismo de forma mais ampla dentro do contexto da teoria social (HANNAM, 2009; MOLZ, 2018).

Tendo em vista a importância do turismo para as economias urbanas (HALL; RATH, 2007) e no caso, os migrantes como protagonistas dessa dinâmica, surgem duas formas gerais mais investigadas. Primeiro, o trabalho dos migrantes como empregados de baixo custo para as grandes corporações, que muitas vezes é segmentado por classe, gênero e raça (ADLER; ADLER, 2004); e segundo, o envolvimento na economia do turismo como empreendedores, onde como exemplos, os migrantes abrem

empreendimentos com o objetivo de tornar-se autossuficientes para alcançar a mobilidade social ascendente (HALL; RATH, 2007) e a criação de bens culturais submetidos ao processo de valoração (LUGOSI; ALLIS, 2019).

Indiscutivelmente, os centros urbanos se mostram pontos-chaves para a relação entre o turismo e os fluxos migratórios. A globalização e o crescimento pós-industrial reorientando as economias urbanas para o setor de serviços, traz à luz, dentre outras abordagens, mudanças nas oportunidades socioeconômicas dos migrantes, a valorização do espaço urbano, o surgimento da significância das cidades como lugares de consumo e a comodificação da cultura (HALL; RATH, 2007).

O processo de globalização revela contradições e conflitos, assim como oportunidades para os migrantes (LIN, 1998), onde o papel desempenhado por esses grupos e suas práticas locais e transnacionais re-escalam e re-estruturam as cidades (SCHILLER; ÇAGLAR, 2006). É nesse ponto de convergência – as cidades – que os fenômenos migração e turismo são mais tangíveis, no sentido de produção de efeitos que impactam, entre outros elementos, a paisagem urbana.

Embora o movimento de ambos – turistas e migrantes – estejam cada vez mais em evidência pela espetacularização midiática (por formas de criação e divulgação de conteúdo em blogs e redes sociais ou pela mídia tradicional com ênfase no norte global), as motivações e fricções se diferem.

Por vezes, as receitas oriundas dos turistas são a motivação por parte de gestores no desenvolvimento de políticas voltadas ao desenvolvimento do turismo local e na captação de recursos estrangeiros para o fomento de ações nesse sentido. No entanto, essas políticas resultam em desigualdades produzidas na cadeia de atores envolvidos, gerando impactos para a comunidade local.

Turistas

Observa-se que os turistas são bem-vindos em muitos locais - apesar de movimentos pontuais e recentes que os repelem (HUETE et al., 2018). As receitas geradas por estes corpos em movimento ao redor do globo são motivadas por sujeitos em diferentes níveis de atuação, impactando comunidades locais com efeitos semelhantes.

Do ponto de vista global, instituições financeiras internacionais, como o Banco Mundial, operam pela lógica neoliberalista em países pobres. Com o discurso de inovação pelo turismo ou promoção de destinos turísticos, atuam em conjunto com agências de

preservação e incubadoras, priorizando o investimento no setor privado, como acontece no país africano, Benin (WORLD BANK, 2018). Nesse caso, a utilização da cultura e patrimônio, como produtos principais, visam o desenvolvimento do turismo com foco nas pequenas e médias empresas do setor, incluindo jovens empreendedores. Apesar dos interesses e custos políticos, econômicos e sociais envolvidos nesses programas, o certo é que os impactos são percebidos localmente: pressões inflacionárias de todos os tipos devido à demanda turística, custos de desenvolvimento de infraestrutura e desvios para investidores internacionais e grandes corporações (LIONETTI; GONZALEZ, 2012).

Em outra escala, esforços para mobilizar a cultura e a diferença nos projetos de promoção turística, estimulam o governo na utilização da etnicidade como meio de diferenciar uma região de outras destinações. Isso, para se fazer aparecer dentro do mapa global de atrações. Os empresários do setor usam a imagem dos provedores da cultura para incremento e promoção da autenticidade local através do diferencial exótico. Nas estruturas mais frágeis dessa cadeia, os maiores beneficiados são os atores com maior poder econômico em detrimento daqueles produtores da etnicidade, protagonistas do capital simbólico coletivo. Nota-se que o exemplo acima se trata de Honduras (ANDERSON, 2013), mas se faz presente no turismo global da contemporaneidade.

Para além das narrativas e seus efeitos, o importante é se ater aos difusos interesses – em diferentes escalas – quanto ao movimento de turistas no mundo. A globalização e sua atuação híbrida como causa da divisão (global e local) e uniformidade (BAUMAN, 1999), implica no jogo em que se encontram as grandes cidades. Se por um lado os esforços são de se fixar em cenários globais, por outro, elas, por meio de seus gestores, tentam obter vantagens pela criação de centros de cultura, entretenimento e consumo (HANNIGAM, 1998). O objetivo maior é atrair investimentos e receitas advindas dos turistas para se manterem no *status quo*, independente das consequências.

Migrantes

A concepção de deslocamentos físicos entre dois pontos distintos (as rotas), não levam em consideração, pelo menos em parte, dois aspectos contemporâneos: as mobilidades não corpóreas e as fronteiras.

Sob o olhar do Paradigma das Novas Mobilidades, os migrantes fazem parte de um processo constituído por um sistema simultâneo que envolve fatores políticos, físicos, tecnológicos, culturais e sociais (FREIRE-MEDEIROS et al., 2018). Nessa acepção, não faz sentido somente a análise das rotas, mas em que condições são submetidas e quais

causas e consequências estes deslocamentos produzem não só no destino, mas também no trajeto. Além disso, nas sociedades pós-modernas de consumo, portanto, estratificadas, o grau de mobilidade define a extensão entre aqueles que estão na classe alta ou classe baixa (BAUMAN, 1999).

Tome-se como exemplo as migrações coreanas para o Brasil. Além dos condicionantes políticos (acordos) que de certa forma facilitou a vinda para o país, os fatores socioeconômicos, possibilitou o protagonismo numa atividade econômica (confeção), a afluência no empreendedorismo e a territorialização em regiões centrais da cidade. Em meados da década de 1970, período de restrições à migrantes, coreanos migravam com vistos de turistas e se estabeleciam no país (JOO, 2010). Muitos viam o Brasil como rota para chegarem aos Estados Unidos (CHOI, 1996).

Ademais, os fluxos não se limitam aos corpos, mas perfazem trajetos de idas e vindas (Brasil- Coreia do Sul), com imagens, capital, cultura e narrativas. Como exemplo, as histórias contadas por migrantes coreanos – no jornal *Cultura Tropical* - para coreanos na Coreia do Sul, sobre suas reflexões acerca da vida como migrante (HONG, 2011).

As geografias híbridas em que pese as mobilidades, nos trajetos entre os dois países, objetos e pessoas são configuradas e reconfiguradas através do tempo e espaço (ELLIOT; URRY, 2010). Ilustrativamente, a comida coreana configurada de modo autêntico para atender clientes nos restaurantes da comunidade, ao mesmo tempo é reconfigurada pela impossibilidade de importação de alguns produtos nativos coreanos.

Nesse processo, o corpóreo se posiciona como elemento central, tornando-se um veículo afetivo através do qual são sentidos o lugar e o movimento na construção de geografias emocionais (SHELLER; URRY, 2006).

Do mesmo modo, o significado de fronteira como limite entre estados-nação é desconstruído a partir do livre fluxo de capital, mercadorias, imagens (LARSEN; URRY, 2011). Agora, os limites se desenham pelas ilegalidades jurídicas e os regimes de patrulhamento das fronteiras, os quais estão aptos a escolher quem é mais ou menos deportável (GENOVA, 2015).

Tais fronteiras surgem como distintos espaços regulados por diferentes regimes, onde barreiras são erguidas para seletivos setores econômicos e da sociedade, ao mesmo tempo que os mesmos setores criam novas formas de barreira impenetráveis (SASSEN, 2012).

Velocidades e fricções se relacionam com as mobilidades e imobilidades e, portanto, às desigualdades que são produzidas. Indispensáveis à mobilidade, o acesso às

condições econômicas, o poder, as tecnologias e redes (CRESSWELL, 2006) facilitam o movimento através das fronteiras e culturas (CRESSWELL, 2001; 2010). Embora atuem, dependendo dos atores, de maneiras assimétricas, sujeitas às hierarquias da geopolítica (PINHO, 2018).

Assim como, aspectos econômicos definem a cooptação de turistas, como exemplo em Benin, e consequentemente a livre circulação desses fluxos, ideologias políticas restringem acessos e criam limites além de fronteiras territoriais para migrantes. Dessa forma, a mobilidade se constitui como um movimento produzido socialmente (CRESSWELL, 2006).

Desse modo, o Paradigma das Novas Modalidades se volta para a organização de sistemas que, em diferentes escalas, governam não apenas a mobilidade e a imobilidade de pessoas e objetos, imagens e mensagens, mas sobretudo, fazem interagir redes de infra estruturas e narrativas (FREIRE-MEDEIROS et al., 2018).

É fundamental a compreensão que os fatores políticos, sociais e econômicos são conectados sob a lógica das mobilidades e as estruturas imóveis que as formam, possibilitam e constituem (FREIRE-MEDEIROS et al., 2018).

Nessa lógica, a liberdade de escolha na sociedade pós-moderna é significativamente um fator essencial de estratificação, onde quanto mais liberdade, mas alta é a posição alcançada na hierarquia social pós-moderna (BAUMAN, 1998).

A partir dessa leitura a mobilidade é um recurso diferentemente acessado, onde uma pessoa pode ser mais veloz que outra e também ser imóvel, fixado num lugar. Dessa forma, a maior ou menor velocidade e a imobilidade estão relacionadas com a distribuição do poder (CRESSWELL, 2010), que mesmo instrumentalizados por tecnologias impactam diretamente nos sujeitos e espaços.

Da mesma maneira, a metáfora do turista e o vagabundo (BAUMAN, 1998) descreve o sentido abstrato que difere a mobilidade daqueles que escolhem viajar e aqueles que não tem outra escolha. Enquanto o turista tem como premissa o rompimento estabelecido pela rotina e as práticas do dia-a-dia e tem como escolha viajar e a percepção de que sempre poderá retornar, o vagabundo movimenta-se e sabe que não ficará por muito tempo.

As novas formas de relações na contemporaneidade, especificadas pelo turismo e a migração, estabelecem ligações que produzem efeitos, os quais são sentidos em diferentes intensidades e configurações. Por isso, investigações nesta seara permitem

avaliar os impactos e buscar alternativas que sustentem ganhos simétricos para todos os atores envolvidos.

4.2. Sobre migração e turismo: estado da arte

As pesquisas sobre migração e turismo são mais evidentes nos países do norte global - com ênfase nas cidades norte americanas - na Ásia e Austrália. No contexto das cidades e mobilidades, os principais assuntos recorrentes nas pesquisas de migração e turismo são *VFR* (*visiting friends and relatives*), *amenity migration*, migrantes aposentados e turismo de segunda residência.

A interconexão entre a migração permanente e o turismo e suas relações operam em ambas as direções (WILLIAMS; HALL, 2000). A partir disso, os desdobramentos que envolvem àqueles que viajam motivados pela visitação à parentes e amigos causam impactos na comunidade receptora.

A literatura, nesse sentido, tem mostrado estudos *in loco* de comunidades estrangeiras que recebem seus familiares e amigos por questões de laços afetivos (NGUYEN; KING, 2002) ou por ocasiões especiais como casamentos e funerais (FENG; PAGE, 2000).

Em outro sentido, autores conectam os impactos do turismo na economia local (ROGERSON, 2015; PROVENZANO; BAGGIO, 2017 e no valor gasto pelos parentes/turistas que visitam suas famílias (SEATON, PALMER, 1997).

O turismo ocasionado pelo *Visiting Friends Relatives* está associado aos padrões de migrações internacionais (DWYER, 2014) e conseqüentemente as pesquisas estão concentradas nos países com o histórico de receptores de migrantes como Austrália (RUTING, 2012) Reino Unido, França e Alemanha (KOPPENFELS et al., 2015).

A tendência de uma reconfiguração nos padrões demográficos em certas localidades tende a resultar em sérios impactos nas populações, sejam emissoras ou receptoras de migrantes (LÖFFLER, 2016), (HILTUNEN et al., 2016).

Amenity migration na literatura de migração e turismo é definido comumente como uma migração para lugares que fornecem uma estrutura cultural, recreacional e física para turistas (PRICE, 1997; MOSS, 2006; KUENTZEL; RAMASWAMY, 2005), mas que acabam sendo atraentes para a moradia permanente ou sazonal (GOBER, 1983), (GURRAN, 2008).

Se não pelo motivo de estrutura turística, mas por razões diversas, o turismo/migração de segunda residência também é um assunto a ser destacado (MÜLLER; MARJAVAARA, 2012; SONDEREGGER; BÄTZING, 2013). Pesquisadores na área demonstram que as segundas residências são motivadas em parte pelo turismo urbano e o lazer como estilo de vida de muitas pessoas dos países desenvolvidos (HALL; MULLER, 2004).

O turismo como atividade que induz a migração de aposentados para determinados locais podem promover discussões sobre o anti-turismo, a distinção social, a autenticidade (GUSTAFSON, 2002), os efeitos nos locais receptores (GUSTAFSON, 2001), os fluxos, faixa etárias, classe social e razões pela migração (KING et al., 1998).

Adicionalmente, pesquisas sobre o desenvolvimento turístico relacionado com o recurso étnico, (JULES-ROSETTE, 1994), e relações entre os agentes que podem surgir conflitos (HAREWOOD, 2010), (LAZARIDIS; WICKENS, 1999), ou benefícios à comunidade migrante (FOURIE; SANTANA-GALLEGO, 2013); e a dinâmica entre a cultura e etnicidade (WOOD, 1984); além do crescimento de “ilhas étnicas” (THIMOTY, 2002).

As temáticas presentes nas relações entre os migrantes e a atividade turística são diversas. Algumas pesquisas focam na aculturação (CRUZ; BUCHANAN-OLIVER), consequências da mobilidade (FRÄNDBERG, 2014), as migrações e os empregos no turismo (JANTA et al., 2011).

Publicações com a abordagem qualitativa (HAYES, 2015), (MOSCARDO, 2013), (RICKLY, 2016), (WONG, MUSA, 2014) preponderaram em relação às quantitativas (BIDDULPH, 2015).

Em relação ao estudo de campo destaca-se a etnografia como recurso de observação do objeto e suas relações com outros elementos. As técnicas mais utilizadas foram: a entrevista, revisão de literatura e o questionário. Na composição de outras ferramentas estão: painel de dados, dados secundários, enquetes, quadro conceitual (WEIDENFELD, 2013) e *focus group*.

No Brasil, os fenômenos de migração e turismo estão relacionados em grande parte com a hospitalidade (BITELLI; BASTOS, 2018; STEFANELLI; BASTOS, 2016) e gastronomia (FONSECA; CAMARGO, 2015).

A despeito das poucas pesquisas que envolvam os migrantes e turistas nas cidades, nota-se que é necessário apontar direções que de alguma forma, expliquem as razões de uma incipiente literatura na área. Decerto, são hipóteses que levam em consideração as

particularidades e características dos fluxos migratórios do sul global e a confluência com o turismo.

O contexto histórico e a natureza política, econômica e social da sociedade permitiram a entrada de populações estrangeiras nas diferentes fases das migrações no país (PATARRA, 2003), transformando o Brasil num território de pessoas, diretamente ou indiretamente, influenciadas por culturas diversas. Ainda que o país tenha tido uma parcela maior de migrantes em sua população no passado, hoje o número de migrantes representa 0.3% da população total do país (OLIVEIRA, 2017).

O fator quantitativo em relação ao Brasil como destino de migrantes, não interfere na necessidade de análise das migrações sob o contexto latino-americano nos últimos anos, sob ao menos duas perspectivas.

A primeira, refere-se à intensificação das barreiras migratórias para os países do hemisfério norte, principalmente para os migrantes não documentados. Além disso, a crise e o impacto dos setores geradores de oportunidades de trabalho nos países mais ricos e as mudanças demográficas, econômicas e sociais em vários países, (CEPAL, 2012), têm estimulado as migrações intra-regionais.

A segunda, relaciona-se com as particularidades e os impactos causados por deslocamentos de grupos migrantes nos centros urbanos no contexto político, econômico e social, reafirmando que

[...] a importância do fenômeno migratório internacional reside hoje muito mais em suas especificidades, em suas diferentes intensidades e espacialidades, em seus impactos diferenciados (particularmente ao nível local) do que no volume de imigrantes envolvidos nos deslocamentos populacionais (BAENINGER, 2012, p.9)

Em fases iniciais, os fluxos migratórios advindos de acordos internacionais entre países, a exemplo dos japoneses no início do século XX ou os coreanos em 1963, tinham como destino as zonas rurais dos estados. Atualmente os migrantes, em sua maioria, estão concentrados nos grandes centros urbanos, principalmente na região sudeste, onde há uma maior oferta de oportunidades de trabalho (Ibidem.).

A trajetória de migrantes ao longo dos anos, contribuiu para formação de comunidades estrangeiras que transformaram suas particularidades culturais preservadas em atrações turísticas. É o caso de São Leopoldo, conhecida como cidade berço da migração alemã, no Rio Grande do Sul e os municípios que fazem parte da Rota

Romântica²⁵. O resultado desse projeto consolidou a etnicidade alemã²⁶ como elemento de promoção turística e o efeito da uniformização cultural a partir do referencial étnico alemão (WEBER, 2006).

Por meio dos elementos culturais de grupos migrantes Curitiba e os municípios de Bento Gonçalves e Garibaldi também se apropriaram da etnicidade para promoção do turismo. O primeiro, com a proposição de um roteiro adicional à oferta turística existente, levando em consideração a existência de traços e marcos da migração japonesa na cidade (BAHL, MURAD, 2011). O segundo, se deu pela turistificação do espaço possibilitado pelo cultivo da uva e produção do vinho pelos migrantes italianos (VALDUGA, 2011). No interior de São Paulo, Holambra - conhecida pela plantação e comercialização de flores vinculada aos holandeses – foi impactada pela construção de uma cidade turística num processo de tematização e cenarização do turismo (FAGERLANDE, 2016).

Embora existam outras pesquisas que relacionem os elementos culturais das migrações estrangeiras em diversos campos de estudos, no turismo e no Brasil, o tema ainda é pouco explorado, sendo praticamente ausente nos centros urbanos.

De certa forma, a dependência econômica de uma única atividade por parte de muitos municípios, obriga gestores a procurarem alternativas econômicas. Em grande medida, as regiões que foram destinos de fluxos migratórios e que de alguma maneira destacaram-se na preservação de suas culturas, promovem o desenvolvimento turístico local através do legado de seus migrantes.

A partir dessa observação, propõe-se que parte dos trabalhos no turismo que permeiam por esta seara são motivados pela consolidação da dinâmica turística de áreas que transformaram os elementos culturais dos migrantes locais em atrativos do turismo local. Excepcionalmente à cidade de Curitiba, a maioria das regiões estão localizadas em municípios do interior e nas porções sul e sudeste do país.

Por este ângulo, nota-se que de forma complementar às motivações de gestores públicos e privados municipais, incentivos de salvaguarda do patrimônio de migrantes, como por exemplo o Projeto Roteiros Nacionais de Imigração²⁷ (IPHAN, 2007)

²⁵ A Rota Romântica é composta por São Leopoldo, Novo Hamburgo, Estância Velha, Ivoti, Dois Irmãos, Presidente Lucena, Morro Reuter, Santa Maria do Herval, Picada Café, Nova Petrópolis, Gramado, Canela e São Francisco de Paula

²⁶ Particularmente em São Leopoldo. Os outros municípios logo após a institucionalização da rota tiveram o elemento étnico como norteador das práticas da maior parte dos municípios que a compõe.

²⁷ Este projeto lançado pelo IPHAN em 2009, objetivava a salvaguarda do patrimônio dos migrantes alemães, italianos, poloneses e ucranianos estabelecidos no Estado de Santa Catarina.

contribuíram para a formação de uma identidade étnica dessas localidades através do tombamento de bens culturais e a chancela da paisagem cultural (PISTORELLO, 2015).

Do mesmo modo que não há um fato empírico que possa embasar a maior valorização do elemento cultural europeu por parte da sociedade em detrimento de outros grupos étnicos, como por exemplo, os africanos, também não é um fato que possa ser descartado. Principalmente quando se compara eventos que atraem um grande público, como festas, feiras e mercados que exploram a cultura europeia – pontualmente a cultura italiana na cidade de São Paulo – como a Festa da Nossa Senhora da Achiropita ou o mercado Eataly na região sul da capital.

Por estes fatores apresentados, faz-se necessário o reconhecimento que apesar de fortalecer “as identidades de grupos menos favorecidos de minorias étnicas que se tornam, em si mesmas, atrativos turísticos, o turismo simultaneamente preserva hierarquias históricas, além de produzir novas” (PINHO, 2018, p.116).

Especificamente o turismo, que por muitos anos foi reverenciado unicamente pelo seu caráter econômico, se mostra cada vez mais proeminente em ajudar a entender as maneiras como os novos tipos da prática turística “convergem e divergem entre si e o que revelam sobre os viajantes, os destinos e as relações estabelecidas entre ambos” (PINHO, 2018, p. 116).

Percebe-se que as características que envolvem as mobilidades contemporâneas no espectro dos fluxos turísticos e migratórios são compostas por interfaces fluidas, flexíveis e ambíguas nos padrões de mobilidade pós-industrial (BIANCHI, 2000). A complexidade desses fenômenos acontece de maneira global, entretanto é na cidade contemporânea que a articulação entre a diversidade étnica e o turismo traz a luz alternativas à muitas questões inerentes aos centros urbanos.

4.3. Cidades globais, migrações e o turismo urbano

As cidades globais se caracterizam de diversas maneiras, à medida em que são centrais em projetar sua influência pelo mundo, em função da concentração de decisões que afetam a política e a economia mundial (CARVALHO, 2011). O caráter multifacetado, inscreve os centros urbanos como lugares móveis e da mobilidade (SHELLER; URRY, 2006), na qual, os fluxos de informações, mercadorias e capital circulam livremente.

O processo de globalização é essencial no entendimento das causas e consequências de como o desenvolvimento em níveis globais afetam as cidades e como elas se moldam e são mediadas por esses processos (GOTHAM, 2005). Nesse sentido, sua influência implica na intensificação das interconectividades geográficas e sociais e a aceleração de pessoas, capital, informação e símbolos culturais numa escala mundial (BECK, 2017).

Soma-se a isso, nos últimos anos, a ocorrência de várias transformações estruturais no sistema econômico, nas relações de objetos e sujeitos e de capital e trabalho, a grosso modo, evidenciadas no declínio industrial e simultaneamente no crescimento de uma economia pós Fordista (LASH; URRY, 1994).

Ao contraponto dos efeitos da homogeneização, a cultura e o turismo se reconfiguraram nesse processo. A primeira, pelo próprio método de formação de redes através da globalização que possibilitou a maior visibilidade e acesso à cultura local (GOTHAM, 2005), ainda que não a tenha democratizado de modo igualitário. Nesse caminho, a valorização da cultura como mercadoria e a busca de receitas pela atividade turística, promovida por gestores locais pela lógica empreendedorista, viabilizou uma estratégia materializada em grande parte nos espaços urbanos (HARVEY, 1999). O turismo de massa, largamente difundido no regime Fordista - mesmo que ainda existente - deu lugar ao turismo orientado por nichos, com relação ao desenvolvimento de novas formas de fragmentação cultural e diferenciação espacial que divide turistas, mercados turísticos e espaços de consumo em pequenos segmentos, portanto amplamente heterogêneos (MEETHAN, 2001).

Diante essas condições, muitas cidades ao redor do mundo têm investido em estratégias de desenvolvimento da cultura no fomento das economias urbanas, resultando ao longo do tempo, na comodificação desse segmento (LOUKAITOU-SIDERIS; SOURELLI, 2012). O turismo se tornou uma alternativa, ainda que não exclusiva, principalmente pelo rápido crescimento nas últimas décadas e com comparações favoráveis com outros setores da economia (GLADSTONE; FAINSTEIN, 2001).

Esse fato, estimulou as cidades a competirem cada vez mais por investimento e receitas advinda dos turistas, encorajando gestores públicos e privados em concentrar esforços em obter vantagens por meio da criação - nas cidades - de centros de cultura, entretenimento e consumo (HANNIGAN, 1998).

Por conta da transnacionalidade e os processos globais, especificamente às forças que influenciam o turismo, a padronização emerge dos fluxos internacionais de capital,

corporações multinacionais e o marketing imitativo, mesmo que se crie esforços de diferenciação para produzir lugares turísticos (MARTINOTTI, 1994).

Como uma tendência, Lash e Urry (1994) apontam o crescimento proporcional na relação de forças contrárias às inter-relações globais, onde a população se identifica cada vez mais aos espaços e elementos singulares: o bairro, a região, a etnia, a tradição, ao patrimônio. Trata-se de uma oportunidade de atores e organizações locais, produzir produtos exclusivos, estabelecer laços sociais e redes e construir o caráter distintivo utilizando temas, símbolos e ícones (GOTHAM, 2005).

Na dinâmica das cidades globais, em que contornos que envolvem as estruturas de poder e a emergência por novos modos de percepção da experiência moderna nos centros urbanos (LARSEN; URRY, 2011), os migrantes e suas expressões culturais imaginadas ou reais são cada vez mais perceptíveis entre “objetos” do turismo urbano (HALL; RATH, 2007, p. 5).

Os processos globais foram confrontados pela manipulação das imagens e a revalorização do espaço urbano em nível local (HALL; RATH, 2007), a fim de criar deliberadamente o produto de um lugar atrativo, que concomitantemente resultasse na produção das paisagens urbanas, diversidade e narrativas espaciais (ZUKIN, 1991,1995).

Neste processo de promoção do lugar, as comunidades migrantes se tornaram elementos cruciais nas novas economias urbanas. O migrante, representado como o “outro” proporcionou a diferenciação do lugar, fornecendo ao visitante e turista não só a experiência de atração turística, mas o valor agregado do multiculturalismo e cosmopolitismo (HALL; RATH, 2007).

Dessa perspectiva, no contexto das grandes metrópoles, o turismo urbano implica na busca por “concatenar condicionantes e particularidades do turismo, principalmente nas grandes aglomerações, onde as motivações específicas das visitas não são claras” (ALLIS, 2015, p. 500). Dessa forma, o significativo potencial existente nas cidades e consequentemente o insumo para a atividade turística, como o lazer, consumo, cultura, eventos, arquitetura, marcos da cidade, obras de engenharia ou mesmo a apreciação da paisagem urbana e a arte do encontro (VARGAS, 1996) se mostram atrativos para os “city users” ou “usuários da cidade” (MARTINOTTI, 1994). Esse termo, ancora as transformações ocorridas ao longo dos anos, não somente no contexto econômico e social, mas nas grandes mudanças na organização das cidades, introduzidas em parte, por novos padrões de mobilidade das pessoas (Ibidem., 1994).

Entretanto, o turismo urbano requer esforços contínuos no entendimento teórico, onde as atividades turísticas especificamente urbanas e as possibilidades de novas opções de destinos, como Allis (2012) pontua, necessitam de “melhores interpretações e propostas sobre a interface entre cidades e turismo”. E não somente por este fato, mas também pela própria condição recente de um aporte teórico no turismo urbano, que emerge por volta da década de 1990 (GARCÍA et. al., 2017).

Esse esforço, mostra-se mais amplo no plano internacional, onde as contribuições surgem a partir dos impactos do turismo nas cidades (PAGE, 1995); do lazer e turismo no desenvolvimento urbano (VAN DEN BERG, 1995); no fluxo turístico (VAN DER BORG, 1996) e no patrimônio cultural (GARCÍA et. al., 2017). Adicionalmente, estudos que relacionam a gentrificação e o turismo (GOTHAM, 2004; GARCÍA et. al., 2007; HIERNAUX, GONZÁLEZ; 2014); e mais especificamente relacionado com o turismo, os migrantes e a diversidade cultural (GOTHAM, 2002; HALL, WILLIAMS, 2002; HOFFMAM, 2003; SHAW et. al., 2004; RATH, 2005). No Brasil, o turismo urbano – ainda que incipiente - é relacionado com projetos urbanos (ALLIS, 2010; 2012; 2014), centro de negócios (TELES, 2006), desenvolvimento do turismo urbano através do lugar (VARGAS, 1996; 1997; 1998, 2000) e aspectos de ordenação do espaço urbano (CASTROGIOVANNI; 2001; CASTROGIOVANNI; GASTAL, 1999).

O histórico de reconfiguração dos fluxos migratórios e suas especificidades, colocam os migrantes e o turismo nos espaços urbanos, onde é explorada as manifestações da diversidade étnica e, por conseguinte, a transformação desse atrativo cultural em *commodity* (MACCANNELL, 2001; GOTHAM, 2002). Isso demonstra como essas expressões culturais podem ser transformadas e direcionadas no desenvolvimento da economia no turismo urbano (HALL, RATH, 2007).

De tal modo complexo, o turismo urbano não se aplica somente ao conjunto de equipamentos para atender ao turista, mas numa construção balizada no consumo de sinais, símbolos e espetáculos, e por tanto, a experiencição dos espaços estetizados de entretenimento e prazer (FEATHERSTONE, 1991; SELBY, 2004). A criação deliberada de um produto atrativo focado no lugar e em sua imagem, junto com o processo de criação da paisagem urbana, permite a capilarização de uma diversidade de narrativas espaciais (ZUKIN, 1991; 1995), as quais colocam no debate central, a utilização do turismo, o marketing e o patrimônio no desenvolvimento socioeconômico (HALL; RATH, 2007).

Contudo, a concentração de migrantes e, por conseguinte a turistificação desses espaços, é vista por muitos gestores das cidades como oportunidade econômica na tentativa de atrair investimentos, visitantes e turistas, como exemplo, os bairros étnicos.

4.4. Bairros étnicos como espaços turísticos

Nos últimos anos, a cultura tem se tornado um elemento essencial nas estratégias de desenvolvimento econômico de muitas cidades. Em grande medida, essa dinâmica que – neste caso, a diversidade cultural – foi resultado da transformação industrial das cidades pela economia pós-industrial, centrada no setor de serviços (COLLINS, 2018). Este fato, possibilitou o surgimento de novos aspectos relacionados com o ambiente urbano e uma nova tendência de estilo de vida dos “usuários da cidade” (MARTINOTTI, 1996) e consequentemente, resultando na relevância do turismo por ser uma atividade econômica essencialmente de serviços (ALLIS, 2012).

A articulação entre a diversidade cultural pelos migrantes e o crescimento da indústria do turismo nos espaços urbanos é um fenômeno complexo, que é visto sob diferentes aspectos. Em circunstâncias particulares, o envolvimento dos migrantes como produtores de atrativos de turismo e lazer, contribui para a sua inclusão e ao mesmo tempo o fomento da economia urbana (RATH, 2007).

O migrante é visto como o outro dentro das comunidades receptoras desempenhando um papel cada vez mais considerável na atividade econômica e cultural das cidades, no desenvolvimento e promoção dos bairros étnicos, como a mais conhecida e difundida *Chinatown* (ANDERSON, 1988; LIN, 1998). E também outros enclaves, como *Little Índia* (CHANG, 2000; HENDERSON, 2008) e *Little Havana* (ALONSO, 2007).

Para ilustrar, Williams e Hall (2000) descrevem a trajetória da originária *Chinatown* de São Francisco nos Estados Unidos. No início, considerada pelos moradores uma favela, tinha uma má reputação e migrantes eram vistos como indesejados, não adequados à sociedade americana (TAKAKI, 1994). No entanto, ao longo dos anos, o poder público começou a promover a *Chinatown* como um lugar “exótico”, e os escuros becos, aos poucos, foram se tornando pitorescos caminhos de *tours* para visitantes. Hoje, a *Chinatown* é uma das mais populares atrações turísticas da cidade de São Francisco.

Houve uma melhoria significativa nas condições estruturais e sociais do enclave chinês (TIMOTHY, 2002).

O caso de Nova Iorque também exemplifica apropriadamente o uso dos elementos étnicos dos migrantes como estratégia nos centros urbanos para atrair turistas e visitantes. Uma campanha na cidade de promoção de festivais e atividades culturais, envolvendo os bairros *Little Italy* e *Chinatown*, buscou no processo de reconstrução pós-11/09, promover a singularidade cultural representada pelo legado étnico de cada comunidade. O engajamento da comunidade e as estratégias de marketing utilizadas surtiram efeito, podendo ser estendidas a outros bairros da cidade (FAINSTEIN; POWERS, 2007).

Paralelamente, acadêmicos concentram esforços em analisar como as populações étnicas têm transformado os espaços urbanos para criarem enclaves que refletem em novos padrões culturais do cotidiano e de uma nova organização social de comunidade (ANGOTTI, 2012).

Na concepção do turismo como atividade motriz para modificar as representações de etnicidade e cultura numa tentativa de criar apelo aos visitantes (GOTHAM, 2007), o “legado étnico” envolve a comodificação de produtos étnicos e atividades culturais, além da encenação de rituais e costumes próprios dos migrantes para o consumo dos turistas (CHANG et al., 1996).

Isso é resultado, em parte, da tentativa das elites das metrópoles, em criar destinos étnicos turísticos para desenvolver bairros urbanos com elementos da cultura de populações estrangeiras, e atrair migrantes às cidades com o objetivo de construir uma população multiétnica e cosmopolita (HOFFMAN, 2003).

Desse modo, ampliam-se as discussões no meio acadêmico sobre como utilizar a atividade turística com ênfase na diversidade sem direcionar somente a locação de recursos públicos e privados no desenvolvimento de regiões específicas (bairros étnicos) e no incentivo de empreendedores étnicos. Ainda que os investimentos tragam benefícios às populações estrangeiras, o fomento do turismo no bairros étnicos também podem promover a comodificação e a gentrificação comercial (FAINSTEIN; POWERS, 2007).

Embora os temas destacados anteriormente sejam amplamente observados nos países mais ricos da Europa, América do Norte e Ásia, autores de países latino-americanos e Caribe se mostram determinados em escrutinar os enclaves de migrantes que se formam nos espaços urbanos das cidades (SASSONE; MERA, 2007; BRÁZAN, 2015; GARCÉS, 2011; CHI, 2016), ainda que não tenham desdobramentos na área do turismo.

Contudo, a despeito das particularidades existentes nos diversos países e regiões, no que se refere aos aspectos políticos e socioeconômicos, os bairros étnicos se apresentam de diversas formas e níveis de desenvolvimento. Intitulados bairros étnicos turistas e visitantes das cidades também experienciam em diferentes estilos, sensos e práticas (URRY; LARSEN, 2011). Nesse sentido, as cidades que foram destino de fluxos migratórios coreanos apresentam distintas formas de promoção da cultura deste grupo, que será apresentada adiante.

4.5. *Koreatowns*: alguns casos internacionais

As diferentes formas e níveis de desenvolvimento também são características das *Koreatowns* existentes em várias cidades. Por isso, o panorama dos bairros coreanos em outras cidades contribui para promover uma análise comparativa em relação ao bairro do Bom Retiro em São Paulo.

Desta forma, as características expressas por essas comunidades em outras fronteiras, pode ser um meio de mensurar as especificidades e os níveis de desenvolvimento como atração turística.

A despeito do número populacional de migrantes coreanos nos centros urbanos, Los Angeles é a maior área metropolitana de concentração de coreanos nos Estados Unidos (YUH, 2002). O status do nome *Koreatown*, como atração turística, amplamente divulgado pelos meios de comunicação ligados ao turismo na cidade, revela a consolidação da “marca” *Koreatown* no circuito turístico de Los Angeles.

Em Buenos Aires, a comunidade coreana é a segunda da América Latina e tem como característica o nome *Baek-ku*, colocado pela própria comunidade, sem reconhecimento oficial. O fato de estar na América Latina propõe uma análise mais próxima da realidade dos fluxos migratórios Sul-Sul e do próprio desenvolvimento do turismo nos países desse continente.

Os bairros étnicos da Ásia são recorrentes em artigos e publicações que relacionam os enclaves ao turismo. O bairro dos coreanos em Cingapura não é conhecido pela alusão à comunidade, além de estar localizado muito próximo a *Chinatown*. Desta forma, nota-se que a predominância de chineses na cidade-estado dá contornos interessantes ao significado de bairro étnico.

Enfim, foi realizado a análise das estratégias de promoção turística desses destinos: Buenos Aires, Los Angeles e Cingapura, considerando seus planos, materiais promocionais e canais de comunicação disponíveis nos portais oficiais das respectivas cidades.

4.5.1. Buenos Aires: *Baek-ku*, o bairro coreano

Os primeiros coreanos chegaram à Argentina a partir da década de 1960, e assim, como no Brasil (CHOI, 1996; YANG, 2011; CHI, 2016), foram alocados em colônias agrícolas pelo interior do país. Essa iniciativa fez parte da política do governo da Coreia de emigração de famílias para se estabelecerem em áreas rurais.

Similarmente como ocorrido no Brasil, os coreanos não se adaptaram ao trabalho no campo e muitas famílias migraram para as cidades, em busca de melhores condições de vida (SASSONE; MERA, 2007). A falta de experiência no trabalho rural foi um dos motivos dos deslocamentos para a zona urbana.

O número de migrantes coreanos alcançou o ponto mais alto na década de 1990, onde 42.000 viviam principalmente na província de Buenos Aires (MERA, 1998, 2005). A maior parte eram de classe média e tinham formação profissional, como médicos, professores, religiosos, empregados públicos e administrativos.

Geralmente, concentravam-se nos bairros que dispunham das atividades ligadas à produção têxtil (MERA, 2012; DELMONTE, 2015). A medida que melhoravam de vida economicamente, deslocavam-se para as áreas da classe média, formando uma maior concentração no bairro Flores, também conhecido como *Baek-ku*²⁸ (MERA, 2008). “A formação do bairro fortificou a coesão e existência do grupo” (SASSONE, MERA; 2007, pg. 5), e foi onde se instalaram, dentre outros estabelecimentos, as igrejas, centros das redes de sociabilidades.

A formação do bairro coreano foi caracterizada por um enclave étnico, definido por lugares onde grupos de cultura, identidade e solidariedade interna são preservados (PARK, 1997), assim como, os coreanos que vivem em Los Angeles (PORTES; MANNING, 1996). *Baek-ku* representa parte das heterogeneidades do complexo panorama sócio espacial da cidade, que no caso das populações de migrantes adquire

²⁸ *Baek-ku* significa 109 em coreano. Este foi o nome que a comunidade coreana deu ao bairro, por fazer referência a linha de ônibus que conecta o bairro Flores com o centro (DELMONTE, 2015)

novas dimensões, onde entrecruzam o lugar de residência, e assim, as formas que se desenvolvem em cada contexto concreto e as lutas pelo acesso ao espaço urbano e pela definição de seus usos (MARCOS; MERA, 2015).

Buenos Aires recebeu em 2018, 2.292.673 turistas internacionais, sendo que 77,4% desse valor visitou somente a capital da Argentina (CIUDAD BUENOS AIRES, 2018). No mesmo ano, os dados apontam para a classificação dos visitantes na cidade: nos meses de janeiro, fevereiro e março (todos de alta temporada), soma-se 1.760.626 turistas. Em relação aos excursionistas²⁹, os números são menores e o maior fluxo são em meses diferentes: abril, maio e dezembro, onde 38.908 excursionistas visitaram a capital. Outros viajantes formam o total de 22.932 nos meses de janeiro, março e dezembro (os maiores picos). Dentre os turistas internacionais, especificamente oriundos da Ásia, a China foi o maior emissor de turistas ao país em 2018 (48,7 mil turistas) e a Coreia do Sul despontou na segunda colocação (18,2 mil turistas).

De acordo com dados da secretaria de turismo, as viagens de turistas à Buenos Aires mostram que 65% tem como motivação as viagens de férias, seguida pela visita a amigos e familiares (38% do total). Destaca-se o fator que influencia na escolha de Buenos Aires, em terceiro lugar, os atrativos culturais (30%), somente atrás dos atrativos naturais (62%) e a proximidade e o fácil acesso para a capital (33%) (INDEC, 2018).

Tratando-se da relação entre turistas e migrantes, os governos italiano e argentino firmaram um acordo para facilitar a sua visita ao país de origem, com o intuito de fomentar o turismo de regresso, que facilita o intercâmbio das famílias de migrantes que mantêm um vínculo cultural e familiar com o país de origem. Essa cooperação contribuiu para um acordo também com as principais companhias aéreas de cada país (DRON; 2017).

No Anuário 2014 (o relatório mais recente disponível *online*), não há nenhuma menção aos recursos étnicos nos dados apresentados pelo documento. Somente o plano estratégico federal de turismo sustentável (MINISTÉRIO DE TURISMO, 2014) aponta a necessidade do estudo dos fluxos migratórios no país e do mercado potencial sul coreano, como estratégia de marketing internacional.

²⁹ De acordo com o site, as informações acerca do significado de turistas e excursionistas são disponibilizadas pela Dirección Nacional de Migraciones, onde turistas, são os viajantes que pernoitam pelo menos uma noite na Argentina e excursionistas são aqueles que não pernoitam.

Por uma iniciativa da secretaria de turismo foram criadas as plataformas Viajar, que disponibilizam informações aos turistas sobre atrativos em Buenos Aires e a BA Tours, que é voltada à imprensa e agências. Ambas não apresentam roteiros onde os recursos étnicos são utilizados como atrativos.

4.5.2. Los Angeles: um mosaico de bairros étnicos

A maior área metropolitana de concentração dos coreanos nos Estados Unidos é a cidade de Los Angeles, que abriga 25% do total da população coreana no país (YUH, 2002). Em 1970, a região conhecida hoje como *Koreatown*, tinha o nome de “*mid-Wilshire district*”. Localizado a cinco quilômetros a oeste do centro de Los Angeles, era visto como um bairro residencial e de lojas, composto pela população de brancos, negros e hispânicos (LIGHT, 2002).

Em 1980, oficialmente mudou o nome para *Koreatown*. Na época, o bairro era formado por 300 empreendimentos, associações culturais e cívicas coreanas, onde viviam 13.000 migrantes, que representavam 21% da população total de coreanos em Los Angeles (KIM, 1986). Em geral, migrantes coreanos se estabeleceram como pequenos empreendedores na região metropolitana atraídos pelos baixos preços de aluguéis residenciais e comerciais (TRINH; YU, 2004), e se beneficiaram de leis que permitiam investidores estrangeiros atuarem no desenvolvimento de áreas em declínio, estabelecendo empreendimentos comerciais (OH; CHUNG, 2014).

Esse cenário contribuiu para uma fase de desenvolvimento da região, com a construção de grandes shopping centers e condomínios de luxo. Entre os anos de 1970 a 1980, a Califórnia atraiu grandes investimentos das corporações sul coreanas, como em 1989 a compra do Los Angeles Hilton pela Korean Air (PARK; LEE, 2007). Os investimentos entre Los Angeles e a Coreia do Sul totalizaram 10.3 bilhões de dólares em 1991, sendo que com o aumento de novos ricos sul-coreanos, muitos investiram em negócios imobiliários no sul da Califórnia, posicionado a *Koreatown* como um destino privilegiado para investidores do país asiático.

Essa nova realidade permitiu o desenvolvimento da região e atraiu residentes com maior poder aquisitivo, resultando no aumento da densidade populacional, enquanto áreas de influência cultural foram alavancadas a partir do centro histórico da *Koreatown*.

Apesar da regeneração urbana vivenciada na região, muitos membros da comunidade, como trabalhadores transnacionais coreanos e latinos foram excluídos e explorados.

A *Koreatown* em Los Angeles tem significativo destaque no site oficial de turismo da cidade, com um mapa demonstrando a localização e um guia com atrações turísticas no bairro. Na descrição, a expressão “riqueza em diversidade cultural” é o resultado das contribuições não só coreanas, mas das populações latinas que também fazem parte da composição de migrantes na região. Discordante com o nome do bairro, os mexicanos são o maior grupo étnico da *Koreatown*, frequentemente empregados dos proprietários coreanos e também clientes (MIN, 1993).

Dados apresentados pelo Los Angeles *Tourism & Convention Board* (empresa privada sem fins lucrativos contratada pela cidade de Los Angeles e que representa os interesses ligados ao turismo na cidade) mostram que Los Angeles recebeu quase 50 milhões de visitantes em 2017 (TOURISM CONVENTION BOARD, 2017). Além disso, foram 7,1 milhões de visitantes internacionais, totalizando 15% do total. Os sul-coreanos aparecem entre a 7ª população estrangeira de turistas, totalizando 315.000 visitantes. Ainda de acordo com o relatório da Câmara de Comércio, a diversidade étnica de Los Angeles contribui para que os visitantes de outras culturas “sintam-se bem-vindos e aceitos na cidade” (WALLACE et al., 2014).

Especificamente, a *Koreatown* é um dos mais populosos bairros de Los Angeles e é visitado por ser um destino cultural e com intensa vida noturna para coreanos e não-coreanos, visitantes e turistas (PARK; KIM, 2008).

4.5.3. Cingapura: a *Little Korea* em *Tanjong Pagar*

Em recentes anos, o fluxo migratório de coreanos tem aumentado expressivamente em Cingapura, que se tornou um polo de atração entre os países da Ásia (CHUNG; MOHANTY, 2014). Um dos motivos que atraem jovens coreanos é o sistema educacional para estrangeiros (KANG; ABELAMNN, 2011), onde é proposto políticas de promoção e incentivo adotadas pelo *Singapore Tourism Board*, um conselho estatutário do Ministério do Comércio e Indústria de Cingapura, encarregado de promover o turismo. Esse tipo de abordagem aumentou a participação dos coreanos nas visitas internacionais ao país: enquanto a partir de 1990 os sul-coreanos que visitavam Cingapura representavam 2% dos turistas estrangeiros, em 2010 (ano com maior índice), o número foi de 32,6% (SINGAPORE TOURISM BOARD, 2017).

Segundo o site Trip Advisor, *Tanjong Pagar* está entre as 185 atrações avaliadas de 894, sendo muitas vezes em sites e blogs, não identificada por unanimidade como *Little Korea*. *Tanjong Pagar* está localizado ao lado da *Chinatown* na região central de Cingapura. No site oficial de turismo é possível identificar tours que exploram a multiculturalidade e os bairros étnicos.

A política de turismo em Cingapura teve início em 1964 com o surgimento do Singapore Tourist Promotion Board (SINGAPORE TOURISM PROMOTION, 1966). Dentre as campanhas de promoção da atividade ao longo dos anos, destaca-se o período de 1970 a 1977, onde se sustentava que os turistas dos países desenvolvidos (ocidentais e japoneses) poderiam experienciar a Ásia, “visitando a limpa, segura e exótica Cingapura” (HENDERSON, 2015). Essa abordagem posicionou o próprio patrimônio asiático como atração turística, evidenciando o legado étnico existente na *Chinatown*, *Kampong Glam* (região de malaio mulçumanos), *Serangoon Road (Little India)* e enfatizando o caráter multicultural do país (CHANG, 1997).

Sakaguchi (2017), evidencia que a conexão entre a multiculturalidade e o apelo ao turista de oferecer um pouco da Ásia num único país, se deu pela perspectiva de criar uma estratégia de sobrevivência. O autor destaca que com uma população predominantemente chinesa, o governo de Cingapura buscava uma identidade própria, no meio de dois poderosos vizinhos – Malásia e Indonésia – e neste caso, necessitava manter a distância da percepção de um país de população predominantemente chinesa, mesmo que os números confirmassem esse fato.

Adicionalmente, Henderson (2015) pontua que a metamorfose vivenciada em Cingapura como destinação turística não ocorreu de uma forma isolada, mas em articulação com o contexto político, econômico e sócio cultural, o que contribuiu estrategicamente de um salto de país de terceiro mundo para o primeiro (LEE, 2000).

No período das campanhas *Instant Asia* e *Surprising Singapore*, novas políticas foram desenvolvidas, com um aporte financeiro de US\$ 223 milhões para um novo desenvolvimento dos enclaves étnicos citados anteriormente (*Chinatown*, *Little India* e *Kampong Glam*) (YEOH et al., 2002).

Tais políticas tinham como objetivo uma maior consciência cultural local entre os moradores e a criação de atrações para os turistas. Com a criação do plano de estratégia para o crescimento, o foco do turismo em Cingapura foi direcionado não para a adição de mais atrativos, mas para a necessidade de “refinamento” da paisagem urbana (CHANG; YEOH, 1999, p. 105).

Nesse sentido, as preocupações dos moradores locais direcionaram-se às mudanças no desenvolvimento de áreas como *Tanjong Pagar (Little Seul)* e o redesenho de prédios históricos, onde se perdeu as características originais e os elementos autênticos (YEOH et. al., 2002). Soma-se a esse fato, a remoção de famílias que habitavam tais locais anteriormente e o impedimento de exercerem suas atividades, resultando na perda do significado desses espaços (TEO; HUANG, 1995). Dentre os impactos, a percepção do caráter elitista que surgiu com o redesenho dos bairros e o desejo de atender as expectativas dos turistas em detrimento da vida cotidiana dos locais foram observados ao longo dos anos.

Num cenário de queda no setor turístico e pressão dos moradores locais, o governo se esforçou em promover políticas coordenadas na diversidade étnica e nas características culturais, para atender as demandas de moradores e turistas. Contudo, a dinâmica competitiva entre os países do sul da Ásia pelos turistas e, por conseguinte, a frequente necessidade de novas estratégias de turismo, circunscritas nas próximas campanhas, delineava duas direções.

A primeira pela concorrência e o maior número de conexões aéreas dentro da Ásia, proporcionada por um fomento tecnológico nas viagens globais, que propiciou a mudança do perfil da maioria dos turistas, assim como os destinos (CHANG, 1998). Concomitante, a parceria com os membros da indústria do turismo em outros países (Malásia e Indonésia), “reescrevendo as fronteiras geográficas tradicionais” e “empacotando produtos complementares”, para além do turismo regional, as conexões do setor de negócios que promoveu Cingapura ao centro de um “hub turístico”, onde possibilitou a conexão entre o país e a região, gerando e beneficiando os fluxos turísticos dentro do sul da Ásia (YEOH; CHANG, 2001).

E a segunda, a própria imagem de Cingapura que sofreu transformações ao longo do tempo, deixou de ser percebido menos como exótico e multicultural (CHANG, 1999), para se tornar um “centro de turismo de negócios” e um hub turístico” (SINGAPORE TOURISM PROMOTION, 1996).

Enquanto em Buenos Aires e Cingapura, o poder público tem um papel significativo nas estratégias de promoção do turismo (sobretudo Cingapura, que possui estratégias bem definidas por campanhas), Los Angeles segue uma lógica neoliberal de ações tomadas pelas corporações privadas. Ao passo que o governo elabora diretrizes e planos gerais sobre o turismo, cada distrito, através de associações (*district councils*),

utilizando-se de fundos alimentados por taxas cobradas aos mesmos distritos e empresas de consultoria que elaboram planos de estratégia turística e promovem os atrativos.

Os canais privados mais utilizados são as mídias sociais, blogs, sites, programas de TV e jornais eletrônicos. Contrariamente ao mosaico étnico existente em Los Angeles, os planos não apresentam estratégias que levem em consideração o legado étnico dos migrantes, no entanto, os bairros étnicos são populares entre as atrações turísticas. Esse fator é bastante perceptível no reconhecido nome *Koreatown*, na mídia ou por exemplo, no Trip Advisor. Isso significa que, apesar do bairro apresentar outras nacionalidades de migrantes majoritárias, o bairro é visto como coreano.

Diferentemente em *Tanjong Pagar*, as políticas de turismo, sobretudo em relação aos bairros étnicos, sempre estiveram presentes. Apesar das mudanças de estratégias ao longo dos anos, a diversidade cultural, através das migrações, faz parte da construção histórica do país.

Se o processo de globalização estimula as cidades a competirem cada vez mais por investimentos e receitas oriundas dos turistas, objetivando através dos gestores públicos e privados, a criação de centros de cultura, entretenimento e consumo, Cingapura e Los Angeles estão muito à frente nessa dinâmica comparada à Buenos Aires. Dessa perspectiva, a construção da imagem que relaciona o turismo com a etnicidade de migrantes como atração turística e os benefícios que os bairros étnicos trazem para as cidades, como por exemplo, a revitalização dos espaços urbanos (LIN, 1998) não é uma realidade para todas as comunidades estrangeiras.

A despeito da *Chinatown* de São Francisco (WILLIAM; HALL, 2000) que de favela e lugar indesejado por moradores da cidade passou a ser uma das principais atrações, muitos enclaves de minorias étnicas se localizam nos subúrbios das cidades (COLLINS; KUNZ, 2009), onde existem problemas relacionados com a violência e a desigualdade socioeconômica nas zonas étnicas que contradiz a própria estratégia de impulsão dos bairros étnicos (COLLINS, 2007).

Retomando um dos principais desejos dos governos na estratégia de criação dos bairros étnicos, os investimentos públicos e privados, não são necessariamente condições para a melhoria de vida dos migrantes e moradores locais. O que ocorre muitas vezes, é que grandes corporações (como visto anteriormente na *Koreatown*) se colocam à frente da especulação imobiliária, comprando grandes empreendimentos e ao mesmo tempo expulsando pequenos comerciantes locais, como na *Koreatown* em Los Angeles (KIM; PARK, 2008) e em Cingapura (TEO, 1994).

Os fatos apresentados relacionados às cidades de Buenos Aires, Los Angeles e Cingapura contribuem no entendimento de como gestores das cidades estão articulando a diversidade étnica - presentes nas cidades pelas concentrações de migrantes – como um recurso para promoção de lugares turísticos.

4.6. Conclusões parciais ao capítulo

O Paradigma das Novas Mobilidades permitiu um novo enfoque entre a conexão entre as migrações e o turismo. Os deslocamentos de turistas e migrantes são definidos pelo movimento produzido socialmente. Nesse sentido os fluxos turísticos são cada vez mais livres, enquanto os fluxos migratórios são moldados pelas fricções, onde as fricções articulam o movimento nas fronteiras visíveis e invisíveis.

Ainda que a motivação dos coreanos inicialmente ao Brasil tenha sido por conflitos no país de origem, o perfil sócio econômico do grupo permitiu a organização e concentração no Bom Retiro, formando um enclave. Essas características foram determinantes na construção de uma economia simbólica protagonizadas pelos empreendedores na região.

Nas cidades, cada vez mais gestores fomentam a etnicidade de grupos étnicos na promoção dos lugares, objetivando atrair turistas e visitantes. Em muitos centros urbanos essa iniciativa é feita pelos poderes públicos e grandes corporações privadas.

Ademais, a migração e o turismo são fenômenos que ocorrem principalmente nas cidades dos países desenvolvidos, ou pelo menos é onde o fenômeno é frequentemente estudado.

Na congruência da diversidade étnica e sua articulação nas cidades, o turismo urbano revela-se a atividade propulsora na promoção dos lugares e a atração de visitantes. Em alguns centros urbanos, o surgimento dos bairros étnicos e a vinculação entre etnicidade e turismo, entre outros fatores, tornou-se lugares que cada vez mais atraem turistas e visitantes.

Dessa forma, os migrantes coreanos que se estabeleceram em determinadas áreas nas cidades de Buenos Aires, Los Angeles e Cingapura se apropriaram da etnicidade para a reprodução da sua cultura de origem. A *Koreatown* em Los Angeles é o bairro (entre os analisados), que por condições de natureza política, econômica e social se apresenta de forma mais reconhecida como o bairro coreano. No entanto, o mosaico étnico da cidade

de Los Angeles e as concentrações geográficas de comunidades de migrantes permitiram, entre outros fatores, essa caracterização e assim, a promoção do lugar como atrativo turístico.

Contudo, a partir do enfoque teórico e do breve panorama dos bairros coreanos das cidades de Buenos Aires, Los Angeles e Cingapura, os elementos coreanos do Bom Retiro serão descritos e analisados adiante.

5 – O legado étnico coreano em São Paulo

Neste capítulo, demonstrarei os dados coletados em campo e as análises de acordo com o referencial teórico, a fim de encontrar as diretrizes que motivam o problema da pesquisa. Inicialmente, objetivando definir um atributo específico que caracterizasse os elementos étnicos coreanos do bairro selecionei a categoria de análise *legado étnico*.

A partir daí, identifiquei grande parte do legado étnico coreano numa área delimitada pela concentração de restaurantes, mercados e cafés, onde coreanos do bairro desenvolvem a maior parte de suas atividades cotidianas. Realizei essa identificação por percursos pelas ruas do Bom Retiro, listando os empreendimentos comerciais, as instituições religiosas, os centros de cultura e os símbolos da paisagem atribuídos à comunidade no bairro.

Iniciei as entrevistas pelos proprietários dos estabelecimentos aleatoriamente na tentativa de estabelecer uma relação de proximidade, além de detectar possíveis obstáculos durante a etapa empírica, como por exemplo dificuldade de entendimento mútuo pela questão da língua.

No entanto, constatei que parte dos estabelecimentos coreanos que haviam passado por reformas nos últimos anos (sendo estes, os objetos selecionados) eram geridos pela geração 1.5 de migrantes coreanos³⁰ e por isso, as entrevistas decorreram de maneira fluida, sem intercorrências que dificultasse a interpretação dos fatos por ambas as partes – por exemplo, decorrentes de barreiras linguísticas.

Ao longo das entrevistas, entre restaurantes, mercados e cafés, identifiquei a necessidade de especificar um objeto que reforçasse a etnicidade coreana como elemento chave na configuração de um lugar atrativo no Bom Retiro.

Considerando as entrevistas com visitantes – parte proposta na metodologia – esse elemento chave também serviu principalmente de ancoradouro (ponto de encontro) na abordagem dos visitantes do bairro.

Nessa etapa, identifiquei que alguns cafés acresciam ao nome a palavra *bakery*. Esse novo elemento me levou a investigar os conceitos que caracterizavam uma *bakery*. Dessa forma, pesquisei referências sobre as *bakeries* sul-coreanas em publicações

³⁰ Como visto anteriormente a geração 1.5 caracteriza-se entre outros, pela habilidade dos coreanos de falarem fluentemente as duas línguas: português e coreano.

acadêmicas e reportagens na mídia online, a fim de obter atributos que caracterizassem esse conceito e essa prática – seja no Brasil, ou no exterior.

Enfim, com o material coletado e pelas novas entrevistas³¹, constatei que dentro do conjunto de entrevistados descritos como cafés, o Fresh Cake Factory e a Bellapan se mostravam mais adequados aos atributos relativos às *bakeries*, inclusive com os próprios gestores identificando-as como tais.

Cabe ressaltar que dentro do grupo selecionado do legado étnico coreano (Quadro 3) mais três cafés tinham características de *bakeries*– dentro dos conceitos considerados para a pesquisa: a Bonavinte, a Joa Bakery e Sweet Pang Bakery. Entretanto, elas não fizeram parte do estudo pela impossibilidade de realização das entrevistas³², ficando portanto, o registro para a ampliação de pesquisas futuras.

Complementarmente, as instituições culturais e a associação representativa dos coreanos no Brasil foram classificadas como **instituições** e os **moradores** fizeram parte do grupo de entrevistados da comunidade coreana.

Especificamente, as *bakeries* selecionadas foram o ponto onde ocorreram as entrevistas com visitantes no Bom Retiro. A Bellapan permitiu que as entrevistas ocorressem no interior do estabelecimento, enquanto na Fresh Cake Factory, as abordagens aconteceram na saída dos visitantes do local.

Nessa etapa, abordei visitantes (visivelmente não coreanos) dentro e no entorno das *bakeries*, visando através das entrevistas conhecer seus trajetos pelo bairro, as motivações que os levaram ao local e se relacionavam-se especificamente com a etnicidade coreana.

Em relação aos moradores, entrevistei quatro³³ coreanos, com o objetivo de coletar dados sobre suas percepções sobre os grupos de migrantes, as pessoas que circulavam pelo bairro e os espaços de lazer dos coreanos.

Numa segunda etapa, os proprietários das *bakeries* foram entrevistados. Construí o roteiro de entrevistas de acordo com o referencial teórico, além de contextualizá-las pela fala do ex-prefeito da cidade que gerou polêmica em 2017 sobre a mudança no nome do Bom Retiro para *Little Seul*. Também levei em consideração aspectos sobre a migração

³¹ Realizei uma segunda rodada de entrevistas com os proprietários de cafés, no entanto de quatro estabelecimentos, somente três se dispuseram a tratar do assunto das *bakeries*.

³² Duas não aceitaram fazer a entrevista e outra não foi possível porque os donos somente falavam coreano.

³³ Nessa etapa, tive dificuldades na abordagem de moradores, porque mesmo aqueles que falavam um pouco a Língua Portuguesa, se mostraram desconfiados em relação à compreensão das perguntas.

coreana em São Paulo, principalmente sobre o deslocamento de coreanos para outros bairros e para fora do país.

De maneira geral, para os empreendedores das *bakeries* o conteúdo das perguntas relacionou-se com os seguintes aspectos:

- ✓ Motivações sobre a escolha pela abertura de estabelecimentos no ramo da alimentação em detrimento à predominância na atividade têxtil;
- ✓ Percepção sobre o bairro em relação ao contingente de migrantes, incluindo os próprios coétnicos;
- ✓ Motivações sobre as reformas e a contratação dos empregados;
- ✓ Mudanças nas receitas da comida coreana;
- ✓ Público-alvo e a percepção de quem frequenta os estabelecimentos (a própria comunidade, brasileiros ou estrangeiros);
- ✓ A narrativa sobre a *Little Seul* e o Bom Retiro por parte da prefeitura;
- ✓ A percepção sobre as políticas públicas no bairro.

É importante ressaltar que as questões elaboradas para as entrevistas objetivavam os empreendedores coreanos a descreverem os frequentadores de seus estabelecimentos entre coreanos e não coreanos. A não utilização das palavras turista e turismo foram propositais com o intuito de não direcionar as respostas para os entrevistados, já que o significado de turista não é evidente para um leigo.

Tratando-se das instituições representativas dos coreanos (centros de cultura e associação), procurei identificar os aspectos relacionados ao papel dessas entidades na divulgação da cultura coreana e suas ações em conjunto.

Em linhas gerais, os dados coletados possibilitaram a **construção de indícios** de como uma mostra da comunidade coreana representada pelas *bakeries* articula seu legado (ou não), com objetivo de atrair visitantes para seus estabelecimentos no Bom Retiro. Por outro lado, as perguntas também objetivaram identificar a origem de visitantes que frequentam os estabelecimentos coreanos (coreanos, brasileiros ou estrangeiros).

Por fim, na última seção analisei os dados coletados a fim de indicar argumentos que validassem o problema de pesquisa. A seguir, apresentarei os dados de acordo com as diretrizes apresentadas nessa seção.

5.1. *Bakeries*: a articulação entre a etnicidade e os visitantes

O contexto de um grande centro urbano como a cidade de São Paulo, demandou concepções distintas de categorias que relacionassem o ambiente urbano às formas culturais de migrantes. Ademais, as múltiplas funções da localidade – moradia, local de trabalho e lazer – e atores – moradores, visitantes e turistas – se ajustaram às particularidades existentes nos bairros étnicos (LIN, 1998; LOUKAITOU-SIDERIS; SOURELI, 2012; AYTAR; RATH, 2012; RATH, 2017). Nos distritos urbanos identificados por um grupo étnico, frequentemente esses grupos que vivem, trabalham e de certas formas protegem seus elementos culturais, podem se tornar potenciais atrativos de visitantes (HENDERSON, 2008).

A partir desse enfoque, a etnicidade surge pela relevância à sua forma dinâmica de organização e a maneira com a qual protege e preserva suas manifestações culturais e os produtos e significados simbólicos delas provenientes (CARDOZO, 2006). Assim, “o legado étnico presente em uma localidade possibilita reavivar as lembranças – histórias e cultura – de um povo remetendo-o às suas origens” (BALDISSERA et al., 2017, p. 70).

As formas culturais coreanas materializadas nas expressões do cotidiano da comunidade são preservadas a ponto de parecerem uma mini sociedade coreana (YANG, 2011). Entre várias razões, isso acontece também por ser uma forma que os moradores encontram de manter sua cultura viva, presente no cotidiano (BALDISSERA et al., 2017). O que a princípio, não se configura como atrativo turístico, no entanto deve ser tratado como marcas de etnicidade com significação para a comunidade receptora e indicado como potencial atrativo (BAHL, 2004).

Para definir o legado étnico coreano no Bom Retiro foram realizadas incursões no bairro, a partir das quais foi descrita parte dos estabelecimentos comerciais coreanos, assim como instituições religiosas, centros de cultura e monumentos. Como se trata de um bairro extenso e com duas grandes áreas distintas (vide Capítulo 1), a região foi demarcada de acordo com a concentração de estabelecimentos da comunidade, que se localizam em grande parte na porção alta do bairro (Figura 4). Complementarmente à área dos estabelecimentos comerciais coreanos, as zonas A e B são definidas pela rua José Paulino (compras) e o patrimônio cultural edificado, respectivamente.

Fora desses limites (linha amarela) existem algumas igrejas e estabelecimentos, que não foram identificadas no mapa por estarem mais distantes da maior concentração de estabelecimentos (Figura 19).

No total³⁴ foram considerados 36 restaurantes, sendo quatro escritos somente em caracteres coreanos (sem possível identificação); cinco mercados, duas sorveterias, dezesseis cafés, quatro salões de beleza, duas lojas de produtos naturais, cinco igrejas, floricultura, academia, imobiliária, três lojas comerciais, escola de educação infantil, karaokê, fast-food, duas agências de turismo, um centro cultural e um monumento (Figura 19 e Quadro 3).

O Dulco Milk Café e o Tea Hub não são cafés coreanos, no entanto se encontram na rua delimitada. Enquanto o primeiro é de um proprietário japonês, o segundo tem como dono um brasileiro que oferece no cardápio bebidas populares da Ásia voltado para o público coreano em São Paulo.

Dessa forma, a descrição dos estabelecimentos coreanos possibilitou identificar a concentração do legado étnico coreano e sua relação espacial com setores (zonas A e B) que mantêm um desenvolvimento turístico consolidado – compras e confecções e patrimônio cultural edificado (Figura 19).

³⁴ O número de estabelecimentos foi coletado ao longo da pesquisa (2017-2019), podendo haver mudanças por motivo de fechamento ou abertura de novos espaços.

Figura 19 – Legado étnico coreano (delimitação de estudo)

Fonte: Adaptada pela autora em base Google Maps

Quadro 3 – Lista de estabelecimentos coreanos na área delimitada

Tipo de estabelecimento	Nome	Tipo de estabelecimento	Nome
Restaurantes	Dare Casa da Gabi	Cafés / Bakeries	Um Café Café Namu
	BBOP/Q Mi Jeong		Eye Café Tori Café
	Guksi MuDungSun		Cafesta Dear my café
	Seok Joung Chang Pung		Café Together New York Café
	Kyong Mi Jong Gaya		Beni Café Book Café
	Paraiso Bo Sung Seo		Dear my café
	Chosun Galbi Dae Han		Bellapan (Bakery) Fresh Café Factory (Bakery)
	New Shin La Kwan Aldeia da Pedra		Joa Bakery Bonavinte Talk & Café (Bakery)
	Gana Kognara		Bellapan (Bakery) Joa Bakery
	House Deli DaeJiNeh		O-Bok Factory Sweet Pang (Bakery)
	Mandunara Guiosa The Gokan	Mercados	Uri
	Sashimi do Mar Datian		Jeil
	Jongapa Bomtidong		Lotte
	Shinjane Gogui Sarang		Uok
	Butumak Bom-Ga		Otugui
	Tofu House Umiguan		
Tipo de estabelecimento	Nome	Tipo de estabelecimento	Nome
Sorveterias	Snow Fall	Lojas	Ciel Foto estúdio
	Joayo Açai		Arrumia cama, mesa e banho
Loja de cosméticos/salão de beleza	Cosmética Lili Bela Spa de Unhas		Design Plus
	Salão de beleza Marchal Hair	Escola	Infantil coreana
Loja de produtos naturais	Gemma Brasil spa e cabelereiro	Karaokê	Man Nam
	Bio Maxi	Fast-food	DobKebi
Igrejas	Fito Médica	Agência de Turismo	Together
	Presbiteriana Junarang		Tour Good
	Presbiteriana Hebron	Centro Cultural	Hallyu
	Presbiteriana Siong Sung	Nomes não identificados	1 salão de cabelereiro
Floricultura	Chung Na		1 Igreja presbiteriana
Academia	Kim Taekondo		1 loja de produtos naturais
Imobiliária	APPA		4 restaurantes
Acunpuntura	Park		1 sauna
		Estabelecimentos asiáticos (não coreanos)	1 mercearia
			Dulco Milk Café
			Tea Hub

Fonte: Dados coletados pela autora (2018)

Para determinar um objeto específico que caracterizasse o elemento capaz de despertar a curiosidade do turista, como um atrativo turístico (BAHL, 2004), a palavra *bakery* se mostrou um diferencial dentro do rol de cafés no bairro.

À primeira vista - e para um cliente ou visitante menos familiarizado com os detalhes do negócio - não há características marcantes que as distingam dos cafés. Entretanto a denominação padaria (que é utilizada pela mídia) remete ao valor representativo que o paulistano tem sobre as padarias, uma aproximação afetiva de quem mora em São Paulo e frequenta esse tipo de comércio – normalmente chamada de “padoca” paulistana, com forte tradição portuguesa.

Para estabelecer uma diferenciação com outros cafés foi realizada uma pesquisa mais abrangente com o objetivo de definir os conceitos que determinariam quais cafés estariam nos moldes das *bakeries*. Para isso, por meio de uma segunda rodada de entrevistas, os proprietários (os que se dispuseram) definiram – de acordo com suas visões – o conceito de uma *bakery*. Adicionalmente houve a consulta em sites, jornais online, publicações acadêmicas e pelas observações *in loco*.

As padarias coreanas conhecidas como *bakeries*, são muito populares na Coreia do Sul, onde muitos profissionais que fazem pães, treinam na França e Alemanha com o intuito de abrir pequenas *bakeries* no país (JUNG, 2011). A propósito, as *bakeries* produzem pães e doces com ingredientes das receitas encontradas nas *French bakeries*, mas com muitos itens característicos dos sabores asiáticos – coreanos e japoneses – numa fusão de técnicas ocidentais que agradam paladares de ambas partes do mundo (SHAH, 2015)³⁵.

Ao ser perguntado sobre o que diferencia os cafés e as *bakeries* coreanas, o proprietário da Fresh Cake Factory, Marcelo, confirma a influência de técnicas e sabores,

Bakery é que vende pães fabricados, bolos e café junto [...] *bakery* mesmo que a gente fala tem completo de pão e os bolos [...] é uma mistura dos pães franceses com os doces japoneses.

Outro entrevistado, dono da Bellapan, Fabiano Kim, explica de uma forma mais ampla,

Bakery é onde faz pão, um modo gringo, de fora de colocar um nome. Aqui no Bom Retiro, todas que tem o nome *bakery*, são *bakery*”³⁶.

O proprietário da Fresh Cake Factory, selecionou alguns nomes dentro de uma lista de cafés no bairro – Fresh Cake Factory, Bonavinte, Sweet Pang, Bellapan e Joa Bakery – os quais produzem pães artesanais e bolos. Na ocasião, foi considerada a experiência no ramo do entrevistado, que trabalhou por nove anos em estabelecimentos deste tipo. Enquanto o proprietário da Bellapan percebia o nome *bakery* como uma espécie de marketing. Por essa observação e pela popularidade das *bakeries* nas cidades americanas (HOUSE, 2017) será adotado o termo em inglês, sem a respectiva tradução para a Língua Portuguesa.

Para ilustrar a importância das *bakeries*, como espaços de sociabilidade, além da significação no contexto de abertura econômica vale destacar uma breve nota. Na Coreia

³⁵ A reportagem é de Khushbu Shah do site Eater. Esse site é especializado em reportagens sobre comidas e bebidas, sendo o proprietário a VoxMedia, uma companhia de mídia digital americana. No Twitter o Eater tem 522.3K seguidores, enquanto 2.4K no Facebook.

³⁶ Essa tese parece ser lógica em parte, já que a O-Bok Factory Bakery & Coffee é um misto de restaurante e café.

do Sul, a história dos cafés³⁷ e sua função social são tradições transnacionais, assim como as *bakeries* como parte de negócios lucrativos nos conglomerados globais (LEE, et al., 2014) e símbolo do consumo e da experiência na era da globalização.

O grupo SPC é o maior conglomerado de franquias de *bakeries* na Coreia do Sul, com mais de 5000 lojas nos mercados doméstico e global. Entre os negócios da empresa, há as marcas de *franchise* mais conhecidas no país, como a *Paris Baguette* (LEE et al., 2014). Ela aparece entre as primeiras opções recomendadas em cafés no Trip Advisor. O conceito de “*French-Asian*” das redes de *bakeries* surgiu em 1988 com a abertura da primeira loja *Paris Baguette* em Seul (Figuras 20a e 20b), especializada em produtos que misturam receitas parisienses, coreanas e japonesas (SHAH, 2015).

Figuras 20a e 20b - *Paris Baguette* – Seul (Coreia do Sul)

Fonte: Trip Advisor

As *bakeries* do Bom Retiro se mostram muito similares quanto aos ambientes internos e mobiliário, e sobre isso, ambos os entrevistados confirmam a inspiração originária da Coreia do Sul e em sites americanos. Nota-se que os ambientes e a apresentação dos produtos são muito parecidos (Figuras 21a e 21b).

³⁷ As cafeterias até a década de 1950 eram chamadas de *Dabang*, onde coreanos da classe média e alta podiam passar horas em conversas com amigos, como um lazer. Entre as décadas de 1950 e 1960 também foram lugares frequentados por soldados americanos (PARK, 2015).

Figuras 21a e 21b – Fresh Cake Factory – Bom Retiro (São Paulo/Brasil)

Fonte: Eanne Leite (2018)

Os pães e doces são feitos nas próprias lojas com parte dos ingredientes originários da Coreia do Sul. Os produtos são disponibilizados em bancadas para auto-atendimento ou nas vitrines. Os espaços são amplos e em algumas vezes são divididos em ambientes diferentes, como por exemplo a Fresh Cake Factory que disponibiliza mesas em locais mais exclusivos para as famílias.

Figuras 22a e 22b – Bellapan – Bom Retiro (São Paulo/Brasil)

Fonte: Eanne Leite (2018)

O guia turístico Frommer's reforça como dica de atração as *bakeries* em Seul e lista as que fazem os melhores pães e doces (LEE, 2010). No Brasil a mídia representada

por grandes veículos de comunicação ou blogs independentes, também adotam as *bakeries* como atrativos coreanos diferenciados no Bom Retiro, chamadas como “padarias coreanas investem em pratos típicos no Bom Retiro” (GALANTE, 2016) ou “padaria coreana dá sabor ao Bom Retiro” (PRADO, 2018).

Por fim, concluiu-se pelas análises de todos os aspectos apresentados que a **Bellapan** e a **Fresh Cake Factory** são as *bakeries* que servirão como ponto de articulação entre a etnicidade e os visitantes.

5.2. *K-town*, uma construção simbólica contestada

Pelas experiências distribuídas internacionalmente, no contexto dos bairros étnicos, os migrantes empreendedores são protagonistas nesse processo (KLOOSTERMAN; RATH, 2003), principalmente na emergência de uma economia étnica (LIGHT; GOLD, 2000). Eles se tornam proprietários de cafés, restaurantes, lojas, produtores culturais e de eventos.

No entanto, a motivação do empreendedorismo, nem sempre é orientada pela construção de atrativos turísticos de massa (HALL, RATH, 2007). Frequentemente, a abertura de estabelecimentos são uma via de autossuficiência – contribuindo para a economia da própria comunidade – e alcance de uma mobilidade social (Ibidem.).

Nessa mesma direção, os eventos culturais e festivais organizados pelas comunidades de migrantes fazem parte de um processo de construção étnica da comunidade (GOTHAM, 2002) não necessariamente objetivando alcançar um público maior.

Os coreanos que vivem no Bom Retiro compartilham motivações semelhantes aos coreanos que vivem em outras cidades, quanto às atividades econômicas exercidas no bairro. As similaridades vão além das escolhas locais, tornando-se um processo transnacional de mobilidade dos modelos de negócios. Assim como no Bom Retiro, os migrantes coreanos que se fixaram em cidades norte-americanas operam há anos em pequenos negócios e nas atividades ligadas à indústria do vestuário (BONACICH; LIGHT, 1988).

Em Nova Iorque, por exemplo, pode-se observar situações que corroboram com a teoria de sucessão étnica. Migrantes coreanos compram as lojas, principalmente de

judeus, substituindo-os nos negócios, os quais não interessam mais às segundas e terceiras gerações desse grupo, que entram na estrutura ocupacional americana e se mostram relutantes em herdar os negócios de seus pais (KIM, 2014). Trajetórias semelhantes ocorrem em Buenos Aires (MERA, 2008) e em cidades da Austrália (SHIN; COLLINS, 2012)³⁸.

No caso do Bom Retiro, recentemente, as *bakeries* passaram por reformas ou empreendedores abriram novos espaços aumentando a concorrência no entorno com aproximadamente dezesseis cafés coreanos. Isso se deve em grande medida, à migração de parte dos coreanos das atividades de confecção para outros ramos de negócio:

[...] hoje é um ramo [*confecção*] muito escasso, caiu muito, tem bastante gente que trabalha com isso ainda, mas assim você vê que eu tenho muitos amigos e parentes que reclamam. Que realmente tá difícil e a concorrência é muito grande, tanto que nesses últimos quatro anos abriram oito cafés só nessa rua (Fabiano Kim - Bellapan).

Essa observação acerca das transformações das atividades econômicas de parte dos coreanos corrobora Choi (2011) num processo que se inicia nos anos de 1990. E que se mostra evidente em muitas outras narrativas, principalmente nos últimos anos devido à crise econômica. No entanto, a mobilidade dos coreanos para outras atividades pode ser observada como uma ação previsível e que pode ser explicada, em parte, por processos globais de aumento da concorrência em tais atividades,

Jovens que vão exercer a profissão que estudaram (*advogados, médicos*) vão aumentar, mas eu não vejo que isso vai influenciar nas confecções que já existem [...] com certeza a atuação é cada vez mais de profissionais (Marcelo Choi – Associação Brasileira de Coreanos)

O profissionalismo como fator de sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo em contraste aos anos iniciais da migração coreana, onde a atividade econômica era desenvolvida pelos familiares e coétnicos se sustenta como argumentação para os deslocamentos em outras áreas,

³⁸ O perfil socioeconômico de origem dos coreanos que migraram para outros continentes são também fatores comuns nos países citados: alto nível educacional, originários de classes sociais mais altas e provenientes do meio urbano (LIGHT; BONACICH, 1988; MERA, 2008; CHOI, 1996; SHIN; COLLINS, 2012).

[...] quando eles (*pais*) casaram eles entraram no ramo de moda, de confecção e a gente ficou nesse ramo até o ano passado. Eu também ajudava eles até o ano passado. Só que infelizmente confecção em geral caiu demais. A gente preferiu estar fechando as lojas de varejo do que estar continuando e decidimos focar toda a família aqui na padaria (Fabiano Kim - Bellapan).

Contrariando a atividade dos pais, os proprietários da Bellapan e da Fresh Cake Factory, migraram para o ramo de alimentação e ambos trabalharam na Coreia do Sul a fim de obter experiência para a abertura do negócio no Brasil,

Todos os funcionários são treinados e ensinados a fazer o básico. Na verdade, foi o que eu aprendi na Coreia, eu trabalhei na Coreia como barista e como balconista durante dois anos. Então toda experiência que eu tive lá e adquiri lá na Coreia e eu consegui trazer isso para eles (Fabiano Kim – Bellapan).

O proprietário da Fresh Cake Factory relata que entre idas e vindas entre Brasil e Coreia do Sul, se estabeleceu por dez anos no seu país de origem, trabalhando no ramo de confeitaria. Ao voltar ao Brasil em 2009 resolveu abrir seu próprio negócio se beneficiando da experiência adquirida.

O ramo de alimentação se tornou atrativo para os empreendedores coreanos e uma das razões para eles se especializarem em determinados comércios são as facilidades oriunda da integração social (HALL; RATH, 2007). As redes formadas por coétnicos facilitam as operações de negócios – especialmente quando há uma acumulação de conhecimento e informação – estabelecendo relações com clientes e fornecedores da própria comunidade.

Em relação aos funcionários, ambos os estabelecimentos possuem empregados brasileiros que atuam nos serviços de atendimento, sendo que somente coreanos têm a função de caixa. A maioria são contratados por indicação, priorizando moradores do bairro. O dono da Bellapan mudou o sistema de cardápio para auto-atendimento, o que resultou na redução do número de empregados da empresa e economia nas despesas.

Os gestores das *bakeries* assumem posições distintas em relação às receitas coreanas. Enquanto na Fresh Cake Factory o proprietário tenta manter a originalidade das receitas, a Bellapan admite mudança em relação ao cardápio, que se alinha à percepção do proprietário na crescente frequência de brasileiros.

[...] tô fazendo quase igual...porque materiais são um pouco diferente, mas eu estudei bastante pro gosto ficar igual [...] porque o tipo farinha do Brasil é diferente da Coreia [...] porque a farinha pra fazer pão tem que ter mais proteínas e daqui do Brasil faltam proteínas (Marcelo – Fresh Cake Factory).

Hoje a gente tem mais ou menos 80 tipos de pães diferentes aqui na loja. São quase 100 tipos de pães variados, eu diria que...vamos arredondar para 100. De 100 pães acho que 20 pães são mais orientais e o resto tudo mais ocidentais, que o povo já conhece., são os croissants, mil folhas, pães de baguete, essas coisas que são mais ocidentais. A gente tem uma variedade muito grande de pães ocidentais e hoje em dia o que tem menos hoje são orientais, mas ainda tem bastante coisa e os pães orientais que a gente trouxe para cá são adaptados para o paladar brasileiro (Fabiano Kim - Bellapan)

As mudanças nas receitas em função de mais clientes - de forma mínima ou significativa - traz à luz as nuances originadas pelas diversas narrativas na significação da relação entre etnicidade e aspectos construídos socialmente (GOTHAM, 2007).

Essa é uma característica importante, na medida em que para o bairro étnico é um desafio já que “recriar e representar uma experiência étnica autêntica do lugar pelo desenvolvimento de um simbolismo, um ambiente e uma experiência que a credibilidade coincida com a grande expectativa ou imagens daquele grupo étnico” (COLLINS, 2007 p.75).

Esse fato é observado pelo significativo número de vezes que a palavra *tradicional* e *autenticidade* aparece nos comentários sobre restaurantes coreanos na plataforma Trip Advisor, por exemplo (Figura 23)³⁹. Note-se que a questão central não é sobre o significado de tradicional e autêntico, mas sobre os discursos que envolvem tais conceitos, colocando em questão o sentido que se faz do uso de ambos nos bairros étnicos.

No que se refere às *bakeries* na mesma plataforma, não há menção de tradição e autêntico ou palavras derivativas por parte dos usuários. O que se nota é a inscrição pelos usuários estabelecendo a relação das *bakeries* como sendo (confeitaria) coreanas, numa espécie de reforço da identidade étnica (Figura 24).

³⁹ Os dois comentários são apenas exemplos.

Figura 23 – Comentário de um usuário sobre o restaurante Dare no Bom Retiro

Otimo

Restaurante **tradicional** comida Koreana, possui 2 ambientes um por kilo e o andar de cima a la carte,minha opção.Pratos com ótima apresentação, tempero suave e delicioso, atendimento rapido e simpático.Boa opção para conhecer a culinária koreana e com preços justos.

Fonte: Trip Advisor

Figura 24 – Comentário de um usuário sobre a bakery Fresh Cake Factory

Confeitaria boa pra relaxar no meio do burburinho

A Bellapan é uma confeitaria coreana no coração di bom retiro. Há tempos o bairro de judeus viu o comércio invadido por esses orientais que veem instalando comercios diversos prncipalmente cafés. O publico na maiiria de coreanos não parece se importar em dividir seu espaço. O estilo ineusyrial dá um ar miderno ao local. Docunhos e salgados amão. Voce escolhe e pega
Muito bons.

Fonte: Trip Advisor

Essas caracterizações étnicas são importantes porque no contexto que envolve a etnicidade, a comida, a história e a música são elementos culturais pensados e tratados como tradições (GRÜNEWALD, 2003) e constituem metáforas de distinção que representam os estilos de vida e os valores culturais de diferentes grupos étnicos (GOTHAM, 2007).

Mais do que isso, é a construção simbólica da experiência autêntica étnica do lugar representada por simbolismos nos bairros étnicos. No conjunto étnico do enclave, as *bakeries* são vistas como espaços modernos inspirados em ambientes ocidentais, servindo pães e doces com influências ao longo do tempo europeias e empregados brasileiros compondo o ambiente. Como esses espaços são caracterizados pela etnicidade coreana para visitantes não familiarizados com o local?

Se por um lado, os turistas estão em busca de autenticidade em outros tempos e lugares, diferentes de suas vidas cotidianas (MACCANNEL, 1999), por outro, o sentido de autenticidade não se mostra objetivo, mas **relativo, negociável e dependendo do contexto também ideológico** (COHEN, 1988).

Tal fato só reforça o significado de etnicidade e sua relação com aspectos construídos socialmente (GOTHAM, 2007) e suas narrativas ao longo dos anos identificadas nos diversos atores envolvidos e no contexto político, econômico e social.

Há de se reconhecer que a diversidade de atrativos potenciais de uma localidade contribui para a variação da oferta turística e compõe produtos diferenciados (BAHL, 2004). No conjunto estético que forma o legado étnico coreano, as padarias coreanas ou *bakeries* despontam como elementos que rebatem os processos de redução e simplificação pela imaginação dos turistas nos espaços turísticos (JUDD, 1999).

Se os turistas comumente são expostos ao desenvolvimento de atrações turísticas construídas essencialmente para seus olhares (como são vistos os restaurantes étnicos “tradicionais e autênticos”), de que maneira as *bakeries* podem ser consideradas no conjunto étnico formado?

Por outro aspecto, no Bom Retiro a diversidade de grupos migrantes distintos que se sucederam na apropriação dos espaços e atividades econômicas e sociais, reforçou a percepção do multiculturalismo no bairro. O movimento de migrantes se deu, entre vários fatores, pela tendência deles se moverem de suas residências e locais de moradia ao longo do tempo (COLLINS, 2007).

As concentrações étnicas são importantes não apenas pelo contexto histórico, mas pela formação de centros comerciais para atender seus próprios coétnicos (HALL, RATH, 2007). Como exemplo, Baltimore, Boston e Nova Iorque reforçaram a imagem das *Little Italies* em áreas simbólicas, considerando seus usos e histórias com objetivo de atrair visitantes (HALTER, 2007). Entretanto, observam-se casos ocorridos nas *Little Italies*, que mesmo com o deslocamento dos italianos para outros locais, o turismo foi instrumentalizado para reforçar e preservar a distinção do enclave. (TIMOTHY, 2002).

Por outro aspecto, gestores em Sidney, na Austrália têm modificado através de símbolos arquitetônicos, tentando resgatar o ambiente de uma *Chinatown* antiga, na tentativa de criar uma imagem para atrair mais visitantes. Esses esforços resultaram na criação de imagens estereotipadas de um grupo migrante homogêneo (ANDERSON, 1990).

Considerando essas situações, a proposta do ex-prefeito de São Paulo de mudança do nome do bairro de Bom Retiro para *Little Seul* forneceu a dimensão das diversas narrativas resultantes e seus desdobramentos (ZUKIN, 1995). Os membros da comunidade que se mostraram contrários à ação, demonstraram reconhecer o multiculturalismo e, portanto, a heterogeneidade como marcas distintivas do bairro,

Para você jogar tudo fora para trocar para *Little Seul* eu acho que fica pouco...e o Bom Retiro né, a gente não pode esquecer jamais do bairro do Bom Retiro. Eu quando abri essa loja eu abri no bairro do Bom Retiro. Então assim, é uma ideia boa, mas pode não ser muito agradável para uns, no fundo mesmo eu não sou a favor que mude o nome (Fabiano Kim - Bellapan).

Como no caso das *Little Italies* que foram promovidas a atrações enfatizando-se o caráter étnico dos italianos, e que com os anos deixaram o bairro, a diretora do Centro Cultural *Hallyu* prevê esse processo,

No Canadá tem uma pequena *Koreatown* mas é que nem no Bom Retiro, tem umas placas de coreano, mas não tem aquele portal, como a dos chineses impactam. A *Koreatown* mais famosa é a de Los Angeles, né? Aqui no Brasil acho bem complicado [...] só que no Bom Retiro ainda tem judeus, gregos, bolivianos [...] se um dia esse bairro foi de judeus, assim como é destaque dos coreanos, hoje vira *Koreatown*, mas daqui a 50 anos quando os bolivianos estiverem em evidência, vai simplesmente tirar *Koreatown* e virar *Boliviatown*? (Yoo Na Kim- diretora do *Hallyu*)

No polo da indústria de confecção, os grupos econômicos se opuseram à mudança, visando proteger seus interesses. As narrativas reforçavam o caráter da pluralidade étnica dos empresários com a justificativa que os coreanos eram quase metade do grupo, havendo também libaneses e judeus. A descaracterização da marca Bom Retiro, conhecida como polo de compras também fez parte das discussões (DINIZ, 2017).

Para além da troca do nome, o discurso serviu nas entrevistas para contextualizar uma análise mais detalhada sobre o modelo *Koreatown* que existe em várias cidades, aplicados ao Bom Retiro.

De forma geral todos já conheciam os enclaves étnicos em centros urbanos, como *Chinatown* e a *Koreatown*. Dessa forma, as respostas se assemelharam na medida em que a *Koreatown* foi associada a melhorias no bairro, como mais infraestrutura, produção de atrativos para atrair visitantes e mais investimento público e privado.

Um ponto em comum entre os entrevistados foi a identificação ao falar sobre *Koreatown* com o bairro da Liberdade, considerando os aspectos positivos do bairro como maior variedade de atrações, visitantes e uma melhor infraestrutura.

Portanto, há uma percepção nos discursos dos coreanos entrevistados de que a articulação entre a diversidade étnica e a criação de uma economia simbólica do lugar

construída pelas representações de etnicidade do migrante contribuem na revitalização dos lugares (ZUKIN, 1995).

No Bom Retiro, os investimentos privados partem da iniciativa de empresários que contribuem financeiramente em colaboração com a Associação Brasileira de Coreanos, que entre outras funções, possibilitam a arrecadação de fundos para ações de melhoria no bairro. Atualmente a atuação é mais voltada para a segurança, uma demanda da maioria dos entrevistados.

A questão do investimento público e privado levanta a discussão sobre as responsabilidades de cada um. Enquanto as promessas não são concretizadas, ficando somente em narrativas, o papel da prefeitura se limita às questões burocráticas, como aprovações de leis e apoio à logística dos eventos.

Ele (*Dória*) fez umas parcerias com algumas empresas coreanas com a prefeitura de Seul, tentou fazer alguma coisa, não foi pra frente, tanto é que a associação de coreanos é que começaram a fazer algumas coisa. Eu não sei exatamente se se eles começaram a ajudar financeiramente ou com estrutura, mas eu sei que a associação coreana que tomou a frente (Marcelo – Fresh Cake Factory).

Um tema que foi unanimidade nas falas de todos os entrevistados foi a questão da segurança,

Segurança aqui no bairro não pode andar de noite né... isso que é real... se você for nos Jardins, em Higienópolis pode andar de noite né... aqui já não pode, é meio arriscado (Marcelo – Fresh Cake Factory)

Paralelamente, os investimentos podem ser vistos por iniciativas individuais nas renovações dos estabelecimentos comerciais e a produção de festivais e eventos. Esses últimos, direcionados em atrair principalmente o público ligado ao K-pop, através de concursos de dança e shows (MATOS, 2019).

As percepções dos gestores em relação às ações do poder público no Bom Retiro foram em sua maioria, vistas como positivas, porém lentas e gradativas. Mais abrangentes, o excesso de burocracia relacionado aos produtos importados, enquanto que no âmbito municipal, a demora em atender as demandas pontuais que visavam melhorias do bairro.

Em meio aos comentários relacionados com as mudanças no bairro, a localização central na cidade de São Paulo foi caracterizada por aspectos negativos,

No bairro eu acho que tá mudando aos poucos, mas muito devagar, por ser uma região central o povo tem um pouco de medo de investir aqui, mas o Bom Retiro é o um dos bairros que mais cresce em São Paulo, em relação a mudanças...tecnologia, que nem hoje na Aimorés e José Paulino você não vê mais postes nas calçadas agora é tudo subterrâneo, para gente conseguir isso no bairro do Bom Retiro, é uma grande vitória pra todos [...] aqui muita gente tá elogiando as melhorias [...] tem mercado novo [...] gente investindo milhões, as lojas são bem feitas e todos os atrativos (Fabiano Kim - Bellapan).

Contudo, além das dinâmicas estruturais das atividades de empreendedores migrantes na economia étnica que são vitais na articulação do legado étnico e o desenvolvimento turístico no bairro, outras características serão abordadas a seguir.

5.3. Instituições e moradores: outras vozes no bairro

Para além de ouvir os empresários diretamente ligados às *bakeries* no Bom Retiro – objeto de análise central desta pesquisa, foram também entrevistados outros setores, como forma de compor um quadro de referência sobre as impressões acerca do processo de desenvolvimento turístico do bairro. Trata-se de uma tentativa de entender, de maneira mais abrangente, como os elementos de etnicidade se conjugam para a constituição de fluxos e significados potencialmente turísticos para o Bom Retiro.

A associação Brasileira de Coreanos surgiu há quase 60 anos com o objetivo - de acordo com o presidente – de auxiliar a sobrevivência dos coreanos que chegavam ao Brasil. Hoje o enfoque é “ muito mais aberto, muito mais amplo” (Marcelo Choi) como proteger os interesses econômicos do bairro do Bom Retiro e questões políticas de interesse da comunidade e das empresas coreanas.

Esse propósito atual da associação oferece indícios que ao contrário do que se imagina (senso comum) de um grupo migrante ser homogêneo, estabelecer redes e laços sólidos de cooperativismo, “ser unido” nem sempre é uma realidade.

A questão da *Koreatown* no Bom Retiro foi tratada como bem-vinda numa iniciativa de reforçar a aproximação Brasil-Coreia. Mudanças pontuais estavam tramitando na Câmara Municipal, como a lei aprovada que incluía no calendário de eventos da cidade de São Paulo, a “arte musical K-pop” para ser comemorada anualmente.

A alteração do nome da Rua Prates para Rua dos Coreanos também estava em tramitação (ela foi apresentada em junho de 2018).

Na Coreia do Sul, o Turismo está vinculado com o Ministério da Cultura e do Esporte, no caso do Centro Cultural Coreano, ele é parte integrante do Consulado Geral da Coreia no Brasil e recebe um orçamento para a realização dos projetos. Em andamento, os projetos eram o Expo *Hallyu* 2019, eventos de música clássica no Tetro Municipal de São Paulo, Mostra de cinema coreano e Feira literária, onde viriam escritores coreanos para divulgação da literatura do país.

Os festivais e eventos realizados pelo Centro Cultural Coreano não possuem conexão com a Associação Brasileira de Coreanos, com exceção do evento Festival da Cultura Coreana.

O presidente dessa associação aponta as necessidades para articular o legado étnico da comunidade e transformar o bairro numa *Koreatown*,

Tem que ter todo um desenvolvimento para poder chamar de *Koreatown*. Tem que melhorar as ruas, a iluminação, tem que melhorar o bairro inteiro. Tem que ter muito investimento no bairro para poder fazer isso. E é caro. O dinheiro é o problema. O conceito do bairro fica apagado estando naquela região do centro. E para isso então eles (*prefeitura*) precisam ter interesse para investir no bairro para chamar de *Little Seul* ou *Koreatown* (Sr. Kwon, Youngsang – cônsul cultural)⁴⁰

Objetivamente, o diretor define o papel do centro, evidenciando através da sua fala as possíveis distorções sobre a cultura coreana,

O mais importante é a divulgação da cultura coreana no Brasil e a divulgação de informações corretas sobre a Coreia, sobre a imagem da Coreia como um produto mesmo (Sr. Kwon, Youngsang – cônsul cultural).

Pelas entrevistas, nota-se que as instituições culturais são plenamente independentes, de modo que não compartilham os mesmos objetivos e áreas de atuação. Enquanto o *Hallyu* (privada) divulga a cultura coreana em nível local, enfatizando a cultura pelas tradições e costumes, o Centro Cultural Coreano (consulado), atua em

⁴⁰ A entrevista com o Sr. Kwon, YoungSang (Cônsul cultural) foi realizada por meio de uma tradutora.

grandes eventos em diversos locais da cidade. Claramente, ambos possuem objetivos diferentes e atuam de maneiras distintas, sendo que uma combinação tornaria os resultados mais eficientes.

Em 2010, o vereador Toninho Paiva, à frente de sete mandatos na câmara municipal, foi autor de uma lei que instituiu o bairro do Bom Retiro como Polo Cultural das Tradições Coreanas (Lei 15.110, 2010). De acordo com o representante público, não houve uma renovação entre os italianos e judeus no bairro, assim os coreanos foram ocupando os espaços. Os contatos iniciais se deram por meio dos coreanos, que o procuraram com o objetivo de auxiliá-los com a estrutura de um show. Apesar do enfoque do político estar direcionado para a zona leste da capital, ele entrevistou em alguns pedidos de natureza burocrática sobre estruturas de apoio relativas à eventos. No decorrer da entrevista, ao tratar do destaque que os coreanos têm dado ao bairro, o vereador lembrou da Liberdade, onde segundo ele, os japoneses pararam no tempo.

Ao tratar do desenvolvimento do Bom Retiro, o diretor do Centro Cultural Coreano observa que o bairro fica no centro da cidade, portanto não seria uma região atrativa “aquela região acho que o conceito do bairro fica apagado estando naquela região do centro” (Sr. Kwon, Youngsang – cônsul cultural).

Entre as questões que se relacionam com o poder público estão a falta de políticas públicas e um maior engajamento do poder público para promover políticas sociais para grupos étnicos (COLLINS, 2007). O que se percebe no enclave étnico é que grupos distintos atuam de formas isoladas. Enquanto empresários mais ligados à Associação Brasileira de Coreanos promovem melhorias pontuais, principalmente na área da segurança, outros grupos atuam pela Centro Cultural *Hallyu*, fomentando atividades culturais coreanas.

A falta de segurança no bairro foi um item observado majoritariamente pelos entrevistados. No entanto, a Associação Brasileira dos Coreanos com o auxílio financeiro de parte dos empresários locais promoveu ações em conjunto com a polícia local. Uma das iniciativas era a colocação nos comércios do bairro de um cartaz de boas-vindas aos policiais da região oferecendo os serviços do estabelecimento.

Entretanto, pelo menos na visão de uma moradora, as ações não resolveram o problema da segurança,

O Bom Retiro é muito perigoso à noite [...] estamos do lado do Batalhão da Polícia e vejo muitos assaltos aqui... foi doado umas bicicletas pelo CONSEG (*conselho de segurança do bairro*) ou pela associação não sei, para eles fazerem a ronda eu vi no começo depois não vi mais (Ana Hu – moradora).

Moradores

Dos quatro moradores entrevistados, três moram e trabalham no Bom Retiro, assim utilizando dos mesmos espaços e equipamentos dos turistas e visitantes. Considerando a interação dos visitantes com outras redes de usuários, os mesmos lugares podem ser constitutivos de partes significativas dos espaços cotidianos dos moradores (PEARCE, 1995).

Com efeito, na tentativa de revelar argumentos sobre as percepções dos moradores quanto ao cotidiano do bairro em que grupos formados de turistas, visitantes, moradores, comerciantes e trabalhadores compunham a dinâmica nos mesmos espaços, complementarmente às perguntas das entrevistas foi apresentada a foto de uma rua do Bom Retiro no enclave étnico coreano e outra que mostrava a comemoração do Ano Novo Chinês no bairro da Liberdade (Figura 25b). Em relação ao que representa à imagem, uma moradora argumenta,

Adoraria que o Bom estivesse assim, não toda, mais uma parte. O bom do Bom Retiro também é que é seccional, restaurantes num lugar, tecidos em um, que nem se fosse como a liberdade ia ser fantástico. Porém estamos falando de cem anos de imigração, com 50 anos de imigração. Eu não sei como a Liberdade era há 50 anos atrás [...] aqui (*Liberdade*) eles têm uma feira permanente aos finais de semana, então o movimento maior é de final de semana [...] teoricamente tudo que tem na Liberdade tem aqui. O que falta aqui, que tem ali é um pouco lojas de souvenirs [...] o que eu não gosto muito da cultura coreana é que ela é muito estereótipo [...] (Ana Hu- moradora)

Ela também observa que o Centro Cultural Coreano, atualmente localizado na avenida Paulista, deveria estar no Bom Retiro como forma de concentrar os centros culturais da comunidade.

Figura 25a e 25b – À esquerda Rua Prates Bom Retiro e à direita bairro da Liberdade

Fonte: 25a Eanne Leite (2018) e 25b Okada (2017)

A identificação da foto foi mais relacionada com os símbolos arquitetônicos do que pela multidão nas ruas,

Não gosto quando a transformação é forçada pelo marketing... assim como quiseram dar o nome de *Little Seul* para o Bom Retiro algum tempo atrás, aliás o Bom Retiro sempre foi de todos, então não gosto dessa transformação para um bairro temático, sou a favor das transformações orgânicas (Samuel Shin – morador).

O morador Ricardo Kim relacionou a foto com uma maior visitação de pessoas no bairro e não teve objeção por morar num ambiente com grande movimentação de pessoas. Ele comparou com a Liberdade e revelou que o Bom Retiro seria melhor se fosse igual ao bairro próximo.

A Youn Jo Kin (moradora) percebe positivamente mais pessoas nas ruas, no entanto ela considera que precisa de muito tempo para isso acontecer, porque na Liberdade todos já conhecem como “japoneses”.

A despeito dos interesses dos moradores sobre uma maior visitação no bairro, o que se depreende são as questões quando múltiplos atores se combinam no mesmo espaço.

Assim como os moradores frequentam as *bakeries*, turistas e visitantes também o fazem e tornam esses espaços pertencentes ao mundo do turismo e das esferas da vida contemporânea.

Em outros termos, essa de-diferenciação do familiar e do estranho estaria se tornando uma zona cinzenta onde,

A estética, as performances, as práticas, o consumo e a rotina turística, de alguma maneira, estariam se diluindo no cotidiano, a despeito do grau de estranhamento na raiz das motivações das atividades desempenhadas (ALLIS, 2016, p.95).

Especificamente ao turismo, as distinções entre trabalho e descanso, tempo e espaço estão cada vez mais “*blurred*” (GALE, 2009, p. 121), ou seja, numa zona cinzenta, muito pelas tensões que se intensificam entre o que é considerado estranho e o que é familiar. Desse modo, as experiências turísticas se tornam parte do cotidiano ao invés de significados temporários de escapar do que é habitual.

No Bom Retiro, esse fenômeno é efetivamente percebido, o que se deve em parte pela própria natureza do bairro, como um misto de residências e comércio. Soma-se a isso, a divisão em setor de compras e atrativos históricos. Essa profusão de combinações no espaço dá sentido à complexa dinâmica de atores.

Da perspectiva das grandes cidades, onde “as concepções tradicionais de visitante e turista não conseguem dar conta de explicar o avanço do turismo urbano na dinâmica urbana ” (ALLIS, 2011), essas zonas cinzentas se inserem, por exemplo, nas cenas em que o turista se hospeda numa casa de morador local compartilhada para “experienciar a cidade como um local”.

Ao contrário, o visitante de Mairiporã que faz aulas de coreano no *Hallyu* e após as aulas visita várias *bakeries* coreanas para conhecer esses lugares que utilizam a etnicidade para atrair turistas e visitantes.

Ambos comportamentos se entrecruzam nas fronteiras das definições e permitem o que propõe Allis (2014, p.28) “repensar a condição de turista no mundo-cidade”. A despeito dos conceitos construídos e consolidados do significado de turistas, visitantes, excursionistas, existe uma ambientação e um comportamento das pessoas que atuam principalmente nas grandes cidades, que formam uma zona cinzenta entre esses conceitos e os aspectos da vida social no urbano. É a ideia de que as fronteiras analíticas e físicas, relacionadas com as fronteiras entre origem e destino, do turismo, são “embaçadas”, (Ibidem., 2014, p. 29), não podendo ser universais.

Dessa perspectiva, surgem muitos pontos a serem considerados, principalmente nas territorialidades de visitação no bairro, que será proposta adiante.

5.4. Novas territorialidades de visitação no Bom Retiro

Como parte das entrevistas, a percepção dos empreendedores das *bakeries* no que se refere aos visitantes em seus estabelecimentos, deu uma dimensão de características peculiares sobre a dinâmica que envolve o turismo no bairro.

Primeiro, ambos os donos das *bakeries*, notaram que é crescente o número de visitantes não coreanos em seus estabelecimentos. O gestor da Bellapan, que trabalha diretamente no caixa da loja, percebe que aos finais de semana visitantes, que segundo ele, não falam português, são notados com frequência. Ele pontua que na sexta, sábado e domingo, o movimento de não coreanos é maior, o que revelou uma mudança no público em geral nos últimos anos,

O número é de 50, 50 hoje em dia. Ele é aberto para todos. Hoje em dia meu cliente coreano é de 50%. Inicialmente era de 90, quando eu abri a primeira Bellapan 90% era coreana, alguns brasileiros olhavam ficavam suspeitando, tinham medo de conhecer, mas depois que começaram a conhecer viram que não é um bicho de sete cabeças que as comidas são boas e de qualidade. Hoje é meio a meio. Eu diria até que vem mais hoje brasileiros do que coreanos (Fabiano Kim – Bellapan).

O público-alvo da Bellapan agora são os não coreanos, o que se justifica pela introdução de pães e doces mais familiares ao paladar brasileiro.

O proprietário da *bakery* Fresh Cake Factory também confirma que brasileiros estão visitando sua loja com mais frequência, fato que o estimulou a reformar e ampliar a loja pouco tempo atrás. Apesar de não citar a porcentagem de brasileiros e coreanos, ele identifica que aos sábados (a Fresh Cake Factory não abre aos domingos) o número de brasileiros é maior.

Com efeito, durante a semana, ambos percebem como clientes, moradores locais, empregados e profissionais da região se tornam assíduos das *bakeries*. Como exemplo, a moradora Ana que mora e trabalha no bairro, frequentemente visita as *bakeries* e percebe as mudanças no público nesses locais,

Aumentou a onda imensa de cafés e casa de pães coreanos, restaurantes até que não tanto, né [...] a clientela dos restaurantes e das casas de café não é mais exclusivo dos coreanos, porque antigamente tinha mais oriental do que ocidental, hoje é mais meio a meio, tem dias que tem mais brasileiros (Ana Yu – moradora).

Quando questionada pontualmente sobre os visitantes que se interessam pela cultura coreana, ela identifica tal interesse ligado a um evento ou ao K-pop,

Aqui tem de tudo. (*Interessados*) a cultura coreana, acho que só vem de vez em quando assim, só em algumas épocas quando tem festival da cultura coreana, alguma coisa relacionada ao K-pop [...] a cultura coreana só teve um boom maior em razão do K-pop.

No entanto, em sua narrativa surge possibilidades em que visitantes de atrativos turísticos do bairro (região de compras) podem eventualmente ocupar os espaços dos cafés,

Todo mundo já conhece a José Paulino, por isso tem pessoas que já frequentavam aqui por causa do comércio. Não dá pra dizer que é só pela cultura coreana porque nós temos um outro atrativo que é um pouco mais antigo do que a comida e tudo mais, que são as roupas. Então algumas pessoas aproveitam que vem fazer, quando tem um tempo a mais, aproveitam e vão, ah tem um cafezinho aqui porque eles precisam comer também (Ana Yu - moradora).

Nas narrativas dos coreanos entrevistados, existem evidências de que os estabelecimentos coreanos são frequentados também por não coreanos que pontualmente são identificados como estrangeiros. Isso porque durante as entrevistas, o proprietário da Fresh Cake Factory observou que funcionários de outros países de empresas coreanas são assíduos visitantes.

Por isso, nota-se um amplo conjunto possível de identificações para os visitantes dos estabelecimentos coreanos, como moradores, turistas estrangeiros, comerciantes locais, empregados dos escritórios no entorno e visitantes de lazer.

Vale destacar o caráter relacional – pontuado pela moradora do bairro - de pessoas interessadas na cultura coreana com festivais e o K-pop, ou seja, espaços de produção de consumo da cultura, onde devem ser entendidos também como produtores de espaço na economia simbólica (ZUKIN, 1995).

Até então, as entrevistas focaram-se em parte da comunidade coreana de áreas diferentes de atuação que possibilitou a coleta de dados que representaram indícios de uma mudança recente no bairro, envolvendo parte dos coreanos.

Considerando a análise sobre os visitantes até esse ponto, de maneira geral, eles não podem ser caracterizados como turistas pela falta de informações sobre suas origens e tempo de permanência na cidade.

Por isso, nessa etapa foram feitas entrevistas nas *bakeries* Bellapan e Fresh Cake Factory aos finais de semana, conforme notado pelos proprietários.

São onze entrevistas, as quais tinham como objetivo principal delinear o trajeto dos visitantes e/ou turistas dentro do Bom Retiro.

Tratando-se de uma dinâmica complexa existente no bairro, onde visitantes, turistas e moradores usufruem de equipamentos turísticos e não turísticos foram excluídas pessoas conhecidas pela observadora (comerciantes e alguns moradores locais).

Durante a semana

Os dias escolhidos foram quarta, quinta e sexta e a maior dificuldade foi o tempo de espera pelo lado de fora das *bakeries* para abordar o grupo definido. Em grande parte do tempo, a maioria das pessoas que saíam dos espaços eram coreanos ou comerciantes do bairro. Um exemplo, ocorreu no dia 8 de novembro de 2018, quando no período das 14h00 até às 17h00, 23 coreanos saíram da Bellapan e somente 3 não coreanos, sendo um deles um conhecido proprietário de lojas no entorno e os outros dois se recusaram a participar da entrevista.

Nesse período, observou-se que as ruas que compreendem a maioria do legado étnico coreano, são tranquilas e ao contrário de outras partes do bairro, são frequentadas pelos coreanos e não coreanos que num primeiro momento não podem ser descritos como turistas, visitantes ou moradores. Entretanto, a dinâmica nessas ruas pode ser descrita como um espaço voltado ao cotidiano, principalmente dos moradores. Uma frequentadora entrevistada que já trabalhou anteriormente no bairro percebe essa diferença

É uma diferença em termos de organização do espaço urbano. A área onde tem as lojas é uma área que não é residencial e que é voltada para o comércio e para as oficinas de costuras, enfim, então é voltada para o comércio. Aqui é residencial, aqui tem os restaurantes, os mercadinhos e perto do metrô é uma área onde você tem a Fatec, o prédio da polícia militar, o arquivo histórico da cidade, então é uma área com mais prédios institucionais, então são três perfis diferentes em termos arquitetônicos e de organização do espaço urbano (Mônica Oliveira - visitante).

Ainda que somente uma entrevistada tenha descrito o bairro de acordo com os diferentes espaços, essa caracterização reforça a delimitação proposta da pesquisa e acentua a variedade da paisagem e do fluxo urbano.

Figuras 27a e 27b – Trajetos das visitantes (metrô – *bakeries*)

Fonte: Adaptado pela autora com base em Google Maps

A seguir, uma **turista (Figura 28b)** circulou por vários atrativos do bairro sendo que a abordagem inicial se deu em frente à Bellapan. Ela conhecia previamente as ruas com maior concentração de coreanos (já havia trabalhado na região) e sua intenção era mostrar essa parte do bairro para a acompanhante que também era turista. Sem um ponto determinado, ela já havia passado pela Pinacoteca e Jardim da Luz.

Figuras 28a e 28b – Trajetos de visitantes e turistas (*bakery*, Pinacoteca e Jardim da Luz)

Fonte: Adaptado pela autora com base em Google Maps

No próximo trajeto (**Figura 29b**), a **visitante** tinha como único objetivo a *bakery* Sweet Pang. Ela já conhecia e buscava pães e doces que ela estava acostumada a pedir no local. Outra **visitante**⁴² a seguir foi abordada em frente a Oficina Oswald de Andrade (**Figura 32**), sendo que seu trajeto tinha iniciado no restaurante grego Acrópolis e seguia até a Pinacoteca.

Figura 29a e 29b – Trajetos das visitantes (*bakeries* e Acrópolis/ Pinacoteca)

Fonte: Adaptado pela autora com base em Google Maps

De uma maneira geral, **visitantes** e **turistas** sabiam previamente que algumas ruas do Bom Retiro concentravam coreanos. Essa informação era em parte obtida pelas redes sociais, principalmente para os interessados no K-pop. Nota-se que turistas e visitantes que não mencionaram o K-pop, circularam pela área delimitada visitando outros atrativos e consequentemente passando pelas ruas de concentração coreana.

Por esta análise, o legado étnico coreano faz parte do circuito turístico do bairro de forma voluntária, como destino principal para os fãs de K-pop e involuntariamente por trajetos que incidem na região.

A partir das entrevistas e trajetos percorridos pelos turistas e visitantes abordados no Bom Retiro, fica evidente que as transformações ocorridas nos últimos anos se devem em grande medida pela chamada *Korean Wave* (conhecida como *Hallyu*).

Das 11 entrevistas, quatro mencionam que o primeiro contato com a cultura coreana se deu pela música, animes, novelas, o que motivou o interesse na culinária e na

⁴² Essa foi a única visitante que foi abordada fora do ponto de abordagem (*bakeries*).

língua coreana (três visitantes fazem aulas no Centro Cultural Hallyu). A exemplo, a entrevistada Bianca descreve sua motivação para conhecer a cultura coreana presente no bairro, enquanto que a Camila Aquino afirma

Mais o cultural, né. A parte de música...essas coisas. A gente tá mais em contato com música e por exemplo eles tem muita novela, que a gente assiste também e experimenta comida, porque eu não tenho muito contato e a gente veio com esse intuito de conhecer um pouco da culinária coreana (Bianca).

Na verdade, descobri quando conheci as músicas e as séries, aí você descobre porque aí você começa a fazer amigos que também gostam aí um fala pro outro. Mas antes de conhecer as músicas e as séries eu não tinha muita ideia não...eu sabia que como por ser publicitária, eu sabia que no Brás, no Bom Retiro tinha uma certa imigração coreana porque a gente sabe que eles são muito ligados com a s roupas né...ali mais para baixo onde tem mais vendas das roupas do Bom retiro mesmo onde todo mundo conhece (Camila Aquino).

Ao longo das entrevistas, as visitantes que estudavam a língua coreana ou que se interessavam especificamente pelo K-pop, conheciam previamente, pelo menos, alguma *bakery* presente no bairro. Elas encontravam esses estabelecimentos pelas redes sociais ou por indicação de um amigo. O objetivo era conhecer o ambiente e os produtos da maioria das *bakeries* do bairro, onde se percebia a diferenciação em relação ao brasileiro,

O padrão de doce é muito diferente do habitual. O doce oriental no geral é muito diferente do padrão brasileiro. A gente tem muitos cremes e muita coisa muito doce e os coreanos são diferentes (Alessandra Borba – visitante).

O Bonavinte a gente viu no Instagram. A gente ainda não provou para ver se é bom, mas é bonito. Eu fui só na Fresh Cake e eu gostei bastante. É um pouco caro, mas acho que vale a pena. Pelo valor a comida entrega (Bianca – visitante).

O K-pop se tornou uma referência de divulgação da cultura coreana, onde o público segue pelas mídias sociais e plataformas de vídeos. As pessoas não familiarizadas com essa onda coreana, não percebem suas redes e quanto são aglutinadores de pessoas com o mesmo interesse,

Eu comecei a me interessar por conta do K-pop, porque eu sempre gostei muito de aprender novas línguas. Eu comecei a perceber quando eu comecei a frequentar aqui. Por que antes eu só conhecia o Bom Retiro ali na parte da José Paulino onde vende roupas de festas, essas coisas, e aí depois quando começaram as aulas que a gente começou a vir mais para essas ruas e aí conheci os cafés e aí eu fui percebendo que tinham pessoas com cultura diferente e era tudo diferente (Izabela Kora - visitante).

A turista estrangeira que participou da entrevista, notou a semelhança do Bom Retiro com a *Koreatown* de Nova Iorque, identificando o mesmo ambiente tranquilo nas ruas. Ela pontuou também as *bakeries* como lojas bastante similares, tanto na apresentação dos pães e doces, quanto o layout dos espaços com as lojas na *Koreatown* americana.

Por fim, a visitante discorre sobre o bairro da Liberdade e as diferenças com o Bom Retiro, reforçando a identidade étnica coreana de parte do bairro,

As pessoas falam muito da Liberdade e pouco daqui. Aqui eu vejo muito mais a Coreia do que na Liberdade. Tanto que muita gente que gosta de K-pop como a gente, eles não sabem que o centro na verdade seria para cá, pro Bom Retiro e vai todo mundo para Liberdade. É que a Liberdade não é necessariamente coreana, ela é algo mais asiática de uma forma geral, então tem muita coisa japonesa, chinesa. Aqui é claramente coreano, tanto é que você passa nos lugares está tudo escrito em coreano, é diferente né? Mas as pessoas só conhecem a Liberdade.

Após os dados iniciais promovidos pelos coreanos (empreendedores) sobre a frequência e proporção de não coreanos nas *bakeries*, as entrevistas com os visitantes denotaram que a maioria dos entrevistados sabiam a existência dos coreanos no Bom Retiro.

Durante os trajetos foi possível identificar que os visitantes seguidores do K-pop percorriam as ruas do enclave étnico coreano, objetivando o Centro Cultural Hallyu e posteriormente as *bakeries* e cafés.

Dos três turistas, somente uma conhecia o enclave coreano pela mídia social e blogs. A turista estrangeira visitava pela primeira vez por indicação de uma amiga e a outra turista proveniente de Natal fazia um circuito pelo bairro, visitando anteriormente a Pinacoteca e o Jardim da Luz.

Os trajetos evidenciaram que os elementos que compõe a paisagem do bairro, como a José Paulino, a Pinacoteca, o Jardim e a Estação da Luz funciona como um circuito de atrativos em que os visitantes circulam e do qual o enclave étnico faz parte. Essa circulação é espontânea e muito se deve as características “setoriais” que o Bom

Retire possui. Em virtude dessa divisão do bairro entre compras-patrimônio, como exemplificado pela moradora que observa a necessidade de visitantes da José Paulino de tomarem um café, as ruas do enclave étnico são “descobertas” pelos visitantes, quase que por acaso, em algumas situações.

Ainda que do ponto de vista numérico, os entrevistados não sejam suficientes para uma análise real da relação turistas e visitantes, a representatividade em termos de visitantes motivados pelo K-pop, turistas e visitantes de lazer parece fazer sentido com as percepções dos proprietários das *bakeries*.

Portanto, os visitantes e turistas de uma maneira geral chegam às ruas do enclave étnico dos coreanos por diversas maneiras. Esses caminhos são percorridos espontaneamente como consequência da visita dos atrativos ou o enclave étnico coreano é alcançado como ponto principal por aqueles visitantes seguidores do K-pop.

6 - Conclusão

Recentemente, mercados anteriormente padronizados têm buscado a diferenciação por meio da valorização do multiculturalismo e a diversidade originando novas formas de capital cultural e promovendo interesse nas áreas degradadas (HOFFMAN, 2003).

Nesse contexto, os gestores de estabelecimentos coreanos no Bom Retiro estão gradativamente operando pequenas mudanças em seus estabelecimentos comerciais e na paisagem urbana, além da contínua promoção de eventos culturais.

Especificamente, os estabelecimentos estão sendo reformados, seus cardápios adaptados, ainda que em intensidades distintas, e o público-alvo está se invertendo. Se antes eram espaços somente dos coétnicos, agora os não coreanos são cada vez mais vistos. Esses espaços são similares às *bakeries* sul-coreanas e consequentemente às americanas, uma vez que ambas se inspiram.

Os motivos das transformações são mais de caráter econômico do que outras razões. Não há um interesse explícito em atender um público mais amplo, a não ser pelo fato da queda de poder aquisitivo das famílias coreanas. Elas, anteriormente representavam a maior parcela de clientes no enclave étnico e agora consomem menos produtos coreanos.

Nessas condições, assume-se que alguns espaços no Bom Retiro estão sendo modificados pela criação de espaços de consumo que emergem de mudanças estéticas e culturais e que inclui a emergência do estilo como identidade e desenvolvimento sofisticado de marketing (GOTHAM, 2002).

Pode-se entender pelo estilo de identidade, a necessidade que os gestores das *bakeries* têm em continuamente reforçar a identidade étnica em seus produtos, onde suas receitas são na maioria influenciadas há tempos por ingredientes ocidentais. Em relação ao desenvolvimento sofisticado de marketing é a utilização novamente da etnicidade como diferencial por meio das mídias sociais.

Esse processo é complexo por aspectos relativos à forma e ao conteúdo. Esteticamente, as mudanças são pontuais: reformas; troca de letreiros escritos em coreano; monumento simbólico; troca do nome de rua; investimento em grandes lojas; melhoria da segurança do bairro; pequenas alterações na comida, festivais.

O conteúdo está relacionado com os arranjos políticos e econômicos que acompanham essas mudanças. Ou seja, na estrutura que está por trás da possibilidade de organização, articulação e implementação de um *place promotion* no local, objetivando atrair um público mais amplo.

As narrativas dos diversos atores, de diferentes campos de atuação, evidenciaram uma certa desarticulação entre as instituições representativas dos coreanos e com a própria comunidade. Esse fato ficou explícito nas entrevistas realizadas entre os gestores dos centros culturais e da associação coreana, onde evidenciou-se objetivos distintos quanto a promoção da cultura coreana e a falta de integração entre essas instituições.

Além disso, a ausência de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento do turismo na cidade que contemple potenciais atrativos ligados à etnicidade do migrante, o que é percebido nos planos de fomento ao turismo da cidade. E por fim, políticas que identifiquem o grande mercado consumidor na cidade de São Paulo interessados na cultura de grupos migrantes, ausentes nos documentos oficiais disponibilizados pela prefeitura da cidade.

Para além das especificidades locais, a conjuntura global também afeta ou afetará a dinâmica que ocorre atualmente no Bom Retiro ligado ao legado étnico coreano e o turismo.

Isso se dá pela relação temporal das ações na medida que o processo de globalização envolve medidas globais que impactam localmente de formas distintas, considerando aspectos econômicos, políticos e sociais. Isso quer dizer que fluxos migratórios constantes, crises ou recuperação econômica, reconfiguração nas *commodities* de cultura, são determinantes que afetam as ações locais no bairro.

De um modo geral, os processos de commodificação e homogeneização do turismo internacional não são unilaterais, mas mediados em vários níveis institucionais, desde corporações globalizadas até em escalas menores como as pessoas do cotidiano desses espaços (GOTHAM, 2005). E nesse sentido, as *bakeries* têm um papel essencial na diversificação de atrativos potenciais que contribui para a variação da oferta turística e compõe produtos diferenciados. Além disso, essas distinções locais implicam que atores e organizações podem aproveitar a singularidade dos produtos para estabelecer redes específicas e construir e melhorar o caráter distintivo pelo uso de diferentes temas, símbolos e iconografias (GOTHAM, 2005).

Ilustrativamente o que acontece no Bom Retiro não é um processo organizado de investimento público e privado em grande escala com a presença de grandes corporações.

É um processo espontâneo e difuso que se relaciona com a sobrevivência dos negócios étnicos, na qual a etnicidade é o produto a ser comercializado.

Para efeito de comparação, o 46º Festival da Cultura Coreana em Los Angeles teve início em 1974 com os mesmos propósitos do evento em São Paulo: manter as raízes da cultura coreana viva para os migrantes. Em Los Angeles, o festival acontece por meio da fundação Los Angeles Korean Festival Foundation, com vários patrocinadores, na maioria bancos privados, que tem como público-alvo americanos de descendência coreana, hotéis, resorts e empresas locais (LAKFF, 2019). O público estimado do evento é de 400.000 pessoas anualmente e os expositores alugam espaços para vender seus produtos durante o evento.

Nota-se que a despeito das diferenças de estrutura e público⁴³, o que se percebe é a tendência de gestores privados e das elites de trabalharem em prol da transformação de eventos ou lugares que possam ser promovidos como espaços de consumo. Tais lugares que estão dentro de um relativo amadorismo e atividades informais cada vez mais estão sendo profissionalizados, altamente organizados através de indústrias especializadas para encorajar o crescimento do turismo dentro das cidades (FAISNTEIN; JUDD, 1999).

Mas o que deve ser observado a respeito do que está acontecendo no Bom Retiro e os coreanos é o que Collins (2007) propõe como questões acerca da legitimidade, autenticidade e credibilidade. O conceito de autenticidade é subjetivo e, portanto, os símbolos carregam um arranjo de diferenças, muitas vezes ambíguas e com significados contraditórios (MEETHAN, 2001).

O desafio dos bairros étnicos é recriar ou representar uma experiência autêntica do lugar pelo desenvolvimento de um simbolismo, uma ambientação e uma experiência que coincida com as expectativas sobre o grupo étnico (COLLINS, 2007).

Por este ângulo, como as *bakeries* se inserem nesse conjunto de elementos étnicos? A Bellapan é *a bakery* mais retratada como padaria coreana pela mídia, é a que se mostrou mais aberta ao público não coreano e também a que sinalizou que mais recebe clientes não coreanos. Contraditoriamente, é a *bakery* que mais adaptou suas receitas ao gosto dos brasileiros, a que não tem funcionários coreanos (somente o dono é coreano) e onde o design é similar as *bakeries* sul-coreanas, as quais remetem às *boulangeries* francesas.

⁴³ De acordo com o presidente da Associação Brasileira de Coreanos, o 12º Festival da Cultura Coreana recebeu um público estimado de 40.000 pessoas (dados não oficiais).

A história dos pães e doces coreanos permeiam por fortes influências ocidentais, assim como o layout das lojas. Deste modo, ainda que a pesquisa não contemple esses aspectos, a questão da autenticidade estética e de símbolos se mostra importante na descrição de um bairro étnico, principalmente ao olhar do turista ou visitante. Além disso, os empregados que trabalham nas *bakeries* são majoritariamente brasileiros. Se está havendo uma inversão de público, principalmente aos finais de semana, onde mais não coreanos estão frequentando as *bakeries*, como elas serão vistas como coreanas no bairro étnico coreano?

Desta forma, a articulação da etnicidade pelos coreanos como um produto a ser comercializado é a **primeira maneira em que atua** o legado étnico coreano no desenvolvimento do turismo no bairro.

O Bom Retiro é um bairro característico da cena urbana, onde os usuários da cidade circulam pelas ruas em busca de experienciar e se sentir como parte do cotidiano da cidade. Por essa perspectiva, turistas e visitantes são frequentadores das *bakeries*, assim como os moradores, comerciantes e trabalhadores do bairro. A despeito dos trajetos e motivações desse grupo de usuários das cidades, eles se inscrevem na paisagem do enclave étnico coreano através de suas práticas turísticas e sociais.

Em um processo endógeno e exógeno, os usuários da cidade e do bairro **atuam** na participação do legado étnico coreano, imprimindo a **segunda maneira** dessa dinâmica.

Por fim, os fluxos de imagens, símbolos e representações estéticas incutidos pelo K-pop, simbolizam as estruturas transnacionais que agem globalmente e se refletem localmente. A cultura coreana commodificada e disseminada pelo mundo, inspira principalmente os jovens a buscarem outras formas de consumo, inclusive em nível local.

Esse processo é articulado por novas formas de comunicação, extremamente segmentadas e efetivas que surgem pelos processos de globalização e se materializam no enclave étnico coreano, principalmente nas *bakeries*.

Portanto, o legado étnico coreano **participa** do desenvolvimento do turismo do Bom Retiro pelos processos globais da commodificação da cultura, produzindo assim espaços de consumo em nível local, tais como as *bakeries*; e consequentemente atraindo um conjunto diverso de interessados nos aspectos étnicos deste grupo.

Logicamente, pelo caráter qualitativo da pesquisa e pelo número de entrevistados em geral não é possível uma conclusão generalizada sobre a dinâmica dos coreanos em relação ao seu legado étnico. No entanto, as narrativas servem de registro sobre as

condições e os pontos de vista de empreendedores no bairro, o que resultaria em questões relevantes para futuras pesquisas.

Do ponto de vista do turista (e por que não do visitante?), essas contradições se configuram por peculiaridades da vida moderna, onde as experiências turísticas se tornam cada vez mais parte do cotidiano ao invés de ter um significado temporário (GALE, 2009).

Esses aspectos são essenciais na análise da articulação do legado étnico coreano e o turismo na medida em que o olhar do turista é direcionado às características da paisagem urbana que os separam da experiência cotidiana (LARSEN, URRY, 2011). Nesse sentido, os detalhes são importantes, na medida em que as práticas turísticas e novas formas socializadas de consumo são desenvolvidas em oposição ao caráter “em massa” ao olhar do turista (URRY, 2002).

O Bom Retiro poderia ser descrito como um lugar diferente dentro da cidade, onde determinados “comportamentos espaciais” (HAYLLAR et al., 2010) representado pelo patrimônio cultural e de compras fazem parte de uma estética compartilhada por turistas, visitantes e moradores de São Paulo. Esse conjunto de elementos, entre atrativos e atores, são complexos e moldam a experiência à medida em que todos interagem com atrações e infraestruturas turísticas e não turísticas.

Essa característica ficou latente no bairro, uma vez que a própria forma urbana e seus elementos estimulam o uso em conjunto de equipamentos culturais, transporte público, lojas de compras e entre outras, as *bakeries*.

A própria história do Bom Retiro com o declínio da indústria no passado e a criação de espaços de consumo, que utilizam da cultura, da etnicidade, da moda como representativos da economia simbólica do entorno. Mas o bairro parece estar “suspenso”, na medida que os símbolos e ícones não se transformam e, portanto, não se revitalizam.

Essa suspensão, dentro de uma escala, é a representação longínqua que se tem do Bom Retiro em relação à nova economia simbólica que utiliza da simbiose da imagem e do produto, em escopo e escala para vender imagens em nível global (ZUKIN, 1995).

De alguma maneira essas influências operam de forma global e são materializadas em níveis locais. Por este aspecto e pelas narrativas e trajetos dos visitantes do Bom Retiro, os entrevistados no enclave étnico coreano podem ser analisados de maneiras distintas.

Pelos processos globalizados que envolvem a commodificação da cultura e a transformam em produto a ser consumido, reconfigurados de forma local nos espaços de

consumo. Turistas e visitantes, que percorrem caminhos pelo bairro em busca de atrações, de várias maneiras, também são influenciados pelo sistema de produção do turismo global, que comandam, direcionam e influenciam fluxos turísticos (IOANNIDES, 1995).

Diferentemente das cidades onde grandes corporações e as elites promovem espaços de consumo de sinais, símbolos e espetáculos (FEATHERSTONE, 1991), o Bom Retiro assume características onde os visitantes, turistas e moradores são os protagonistas da dinâmica turística urbana. Isso porque, a despeito das motivações, eles utilizam os mesmos espaços e equipamentos do entorno. Em consonância com o lugar, turistas e visitantes percorrem trajetos de acordo com suas motivações, na medida em que são influenciados por razões distintas.

Em linhas gerais, o grupo de entrevistados que engloba turistas, visitantes e moradores congregam especificidades que se moldam no espectro dos “usuários da cidade” (MARTINOTTI, 1994) ou os consumidores de lugares (SELBY, 2004).

Embora as forças globais atuem na profusão de interesses turísticos distintos, cada usuário experimenta a cena urbana de maneiras variadas, assim sendo as moldadas ao turismo, as que mais lhes interessam (SASSEN, 1994).

Soma-se a isso, aos processos espaciais das grandes cidades em que os lugares turísticos - diferentemente dos lugares que a atividade turística é predominante – são os mesmos das atividades cotidianas (ALLIS, 2014). No Bom Retiro – que se molda por essas características – gradualmente houve uma inversão de público, onde moradores, visitantes e turistas não coreanos começaram a frequentar o bairro, em busca não só da cultura consolidada no circuito turístico do Bom Retiro, mas também no legado étnico coreano.

Se para alguns visitantes, o elemento atrativo das cidades é justamente a oportunidade de experienciar e se sentir como parte do cotidiano da cidade (MAITLAND, 2010), o Bom Retiro é o próprio caleidoscópio de experiências e espaços voltados para o trabalho, lazer e entretenimento (FEATHERSTONE, 1994).

Por fim, a dinâmica turística urbana do Bom Retiro e o legado étnico coreano se mostraram elementos complexos no contexto do turismo da cidade de São Paulo. Os arranjos globais que impactam o local e que são moldados pela história, seguidos pelo contexto econômico, político e social, trazem resultados que nem de longe podem ser considerados fixos e imutáveis.

Por outro aspecto, o entendimento do Bom Retiro sobre a narrativa de se “tornar uma *Koreatown*”, possibilitou a análise por dois enfoques. Primeiro, o reconhecimento

do multiculturalismo do bairro e a identificação de um processo de deslocamento de grupos migrantes ao longo dos anos. O segundo, a identificação da *Koreatown* com benefícios para o bairro, como infraestrutura e segurança, com o objetivo de atrair mais visitantes.

Em relação aos moradores coreanos, a falta de políticas públicas e manutenção da zeladoria da cidade, foram as questões mais evidenciadas em suas narrativas. Esse grupo também se mostrou favorável à um modelo de *Koreatown* no bairro, mesmo que esse processo pudesse gerar mais ruído e um fluxo maior de visitantes. Isso se deve pela percepção de setorização do bairro, onde distintas regiões compõe um conjunto de atrativos diversos.

Considerações finais

Essa dissertação se desenvolveu pela observação dos bairros étnicos de outras cidades comparada com as peculiaridades do bairro do Bom Retiro em São Paulo. A grosso modo, a principal questão era se os turistas da cidade e posteriormente os visitantes do bairro interessavam-se pela cultura dos migrantes, principalmente dos coreanos, que há tempos se destacavam no entorno.

A história de migrações do Bom Retiro e suas dinâmicas particulares pelas sucessões de etnias contribuíram significativamente para o entendimento do espaço. Apesar do bairro abrigar atrativos turísticos importantes da cidade, o desenvolvimento turístico não se alinha às especificidades de outros centros urbanos, principalmente aqueles retratados na maioria da literatura sobre turismo urbano.

A descrição da trajetória dos coreanos na cidade permitiu analisar de forma mais ampla, outros movimentos dos próprios coreanos em diferentes lugares. A partir de uma análise comparada compreendeu-se que as mobilidades coreanas em outros países foram em alguma medida similares, principalmente com questões de natureza econômica.

As transformações da paisagem urbana e o contingente de coreanos pelas ruas no núcleo do bairro e, portanto, fora do circuito de visitantes da José Paulino e do patrimônio cultural edificado, revelou a concentração de elementos étnicos que largamente são utilizados em outras cidades como atrativos para turistas e visitantes.

As mudanças ocorridas ao longo dos anos protagonizados pelos coreanos, direcionamentos da mídia para “a pequena Coreia no Bom Retiro” (DUARTE, 2017), a proposta de mudança no nome do bairro e o maior público em festivais foram algumas intervenções que propuseram uma análise mais detalhada nas expectativas da comunidade coreana.

No campo teórico, as mobilidades propuseram um estudo sobre os fluxos migratórios e turísticos sob a ótica do Paradigma das Novas Mobilidades que permitiram compreender a migração coreana, para além de fluxos corpóreos, mas também de imagens, objetos e capital.

Dessa forma, as mobilidades de objetos representativos da cultura, como a comida coreana, as vestimentas, a música, a literatura e mais visível no bairro o alfabeto coreano (*Hangul*) nas fachadas dos comércios contrastavam com os elementos fixos, como o próprio enclave. O perfil sócio econômico dos coreanos, principalmente no início da

migração, que possibilitou a mobilidade de seus coétnicos, também promoveu a imobilidade de sua cultura e suas formas de tradição nesse local.

Ao longo das entrevistas e observações, os fluxos constantes entre Brasil e Coreia pareceu simbolizar a mobilidade constante, mas em velocidades diferentes (e até mesmo fixidez), de outros grupos migrantes do bairro, como os bolivianos e paraguaios.

O Paradigma das Novas Mobilidades possibilitou novas leituras que envolveram as práticas turísticas e as migrações. As nuances oriundas dessa combinação não são exatamente concepções enquadradas nos conceitos oficiais do turismo, mas nos fazem pensar sobre as novas configurações da vida cotidiana em que pese a influência de tecnologias de comunicação e transporte.

Essas novas configurações são reguladas por medidas globais que impactam localmente e reconfiguram principalmente no cotidiano dos usuários das cidades. Nesse contexto, os enclaves étnicos são lugares chave na commodificação e promoção da diversidade étnica. Amplamente, gestores e a elite das cidades – utilizam a etnicidade dos migrantes nos espaços de produção e consumo da economia étnica para promover os locais, atrair visitantes, investimentos e revitalizar os espaços urbanos.

Parte da comunidade coreana atua - ainda que pontualmente – na estetização por meio de símbolos e sinais para a produção de um espaço de consumo a fim de atrair um maior público para seus estabelecimentos.

Certamente, não é um processo organizado onde operam grandes corporações do turismo e a elite, mas surtem efeitos na medida em que ocorre uma inversão dos visitantes que frequentam o enclave étnico da comunidade. Embora, as ações de mudanças sejam horizontais, ou seja, pelos pequenos empreendedores étnicos do bairro, o estudo não abarcou as hierarquias dentro da comunidade.

Nesse cenário, as *bakeries* foram centrais como objeto de estudo na interface entre a etnicidade e as práticas turísticas. Elas foram escolhidas, entre outras razões, pela proximidade de natureza estética e afetiva com as padarias brasileiras.

No conjunto étnico coreano, elas configuram-se com espaços controversos no sentido de projetar um ar cosmopolita para o entorno, contrastando com alguns estabelecimentos com as fachadas escritas somente em coreano e identificadas, pelo menos na plataforma colaborativa Trip Advisor, como tradicionais e autênticas. Na mesma plataforma, as *bakeries* se inserem num contexto de reforço da identidade étnica, vista como padaria coreana.

O legado étnico dos coreanos e suas múltiplas manifestações no Bom Retiro revelam nuances das práticas turísticas e sociais que são cada vez mais constantes e metamórficas. Esta pesquisa representou, portanto, esforços no sentido de tratar esses interstícios de significados, bem como entender com mais clareza a vida na cidade contemporânea e seus desdobramentos em um território específico de São Paulo (Bom Retiro), ensejando reflexões teóricas no encontro do turismo, das migrações, das mobilidades e, em alguma medida, dos estudos urbanos.

A despeito de poucas pesquisas que envolvam a articulação da diversidade étnica e o turismo urbano, os elementos aqui apresentados e discutidos somam-se que à emergência de estudos nessa seara, principalmente considerando as especificidades dos fluxos migratórios e o turismo na cidade de São Paulo.

Em relação aos coreanos que vivem no Bom Retiro, contribuições futuras podem abranger – além do que foi abordado – vários outros desdobramentos dessa pesquisa. O K-pop se mostrou um objeto de pesquisa considerável na medida que influencia comportamentos. Como exemplos, as relações entre a commodificação da cultura e os impactos nas viagens de grupos de fãs do K-pop.

Nesse processo de construção de um lugar turístico, a legitimidade é um componente importante na validação dos símbolos e sinais étnicos. Os fiadores são a própria comunidade, além dos representantes (associações e legisladores) que decidem sobre os ícones e simbolismos que representem a etnicidade. No Bom Retiro, a inauguração do monumento URI é emblemática nesse sentido porque traz à tona as diversas narrativas que decorrem nos processos materiais que produzem a paisagem urbana (ZUKIN, 1995). A escolha do ícone se deu por um grupo representado pela Associação Brasileira dos Coreanos, mas espontaneamente, membros da comunidade se opuseram ao design escolhido, argumentando que não simbolizava a Coreia.

Enfatizando o que já foi descrito anteriormente, parte dos dados obtidos durante a pesquisa não generalizam os aspectos sobre a etnicidade coreana e como ela é utilizada na construção de um atrativo turístico por parte da comunidade. Os dados são características iniciais de como alguns empreendedores coreanos articulam suas origens culturais para promover seus estabelecimentos.

Além disso, como visto antes, outros migrantes fazem parte da paisagem urbana do bairro, inclusive mais recentes, os chineses começam a abrir restaurantes e casas de karaokê. Em ambos casos, podem gerar conflitos internos ou repulsa à valorização de uma cultura em detrimento de outra, o que poderia ser explorado em trabalhos futuros.

Enfim, embora o turismo possa propiciar autonomia e a valorização da cultura do migrante, entre outros, inversamente pode gerar a exploração dos coétnicos e o isolamento dos grupos com a sociedade. Portanto, os fluxos turísticos e as mobilidades contemporâneas são temas cada vez mais urgentes, sobretudo nos centros urbanos.

Os principais resultados da pesquisa, além desse documento impresso, estão disponibilizados no endereço eletrônico <https://eanneleite.wixsite.com/mestradoturismo>.

Referências bibliográficas

- ABRAM, Simone et al. The free movement of people around the world would be Utopian: IUAES World Congress 2013: Evolving Humanity, Emerging Worlds, 5–10 August 2013. *Identities*, v. 24, n. 2, p. 123-155, 2017.
- ADLER, Patricia A.; ADLER, Peter. *Paradise laborers: Hotel work in the global economy*. Cornell University Press, 2004.
- ADEY, Peter. If mobility is everything then it is nothing: towards a relational politics of (im) mobilities. *Mobilities*, v. 1, n. 1, p. 75-94, 2006.
- ALLIS, Thiago. *Turismo, patrimônio cultural e transporte ferroviário: Um estudo sobre ferrovias turísticas no Brasil e na Argentina*. 2006. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
- _____, Thiago. *Como as cidades contemporâneas se fazem turísticas: os projetos urbanos e o patrimônio cultural urbano*. S/1, 2010.
- _____, Thiago. *Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo*, Tese doutorado, 269 p., planejamento urbano e regional, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- _____, Thiago. *Viajantes, visitantes, turistas...*. Em busca de conceitos em um mundo urbano. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 14, n. 1, 2014.
- _____, Thiago. *Sobre cidades, bicicletas e turismo: evidências na propaganda imobiliária em São Paulo*. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 15, n. 3, 2015.
- _____, Thiago. *Em busca das mobilidades turísticas*. *Plural* (São Paulo. Online), v. 23, n. 2, p. 94-117, 2016.
- ALONSO, Gaston. *Selling Miami: Tourism promotion and immigrant neighbourhoods in the capital of Latin America*. In: *Tourism, ethnic diversity and the city*. Routledge, p. 182-198, 2007.
- ANDERSON, Kay J. *Cultural hegemony and the race-definition process in Chinatown, Vancouver: 1880–1980*. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 6, n. 2, p. 127-149, 1988.
- ANDERSON, Kay. ‘Chinatown re-oriented’: a critical analysis of recent redevelopment schemes in a Melbourne and Sydney enclave. *Australian Geographical Studies*, v. 28, n. 2, p. 137-154, 1990.
- ANDERSON, Mark. *Notes on tourism, ethnicity, and the politics of cultural value in Honduras*. *Central America in the new millennium: Living transition and reimagining democracy*, v. 102, p. 276, 2013.

ANDERSON, Jon; ERSKINE, Kathryn. *Trophophilia: A study of people, place and lifestyle travel*. *Mobilities*, v. 9, n. 1, p. 130-145, 2014.

ANGOTTI, Tom. *Latin America: Enclaves, Orientalism and Alternatives*. In: *The New Century of the Metropolis*. Routledge, 2012. p. 139-158.

ANTONIO, Bruna Mineo; ARAÚJO, José Renato de Campos. A diáspora coreana: o caso brasileiro. *Confins. Revue franco-brésilienne de géographie/Revista franco-brasilera de geografia*, n. 39, 2019.

APEX BRASIL. Coreia do Sul: perfil e oportunidades comerciais, 2011. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/Content/imagens/6684b748-4d74-465e-aa70-e80cbca4f9c9.pdf>>. Acesso em: 03 de maio de 2019.

ARAÚJO, G. Moradores de bairro “esquecido” de SP viajam até 3 horas para se divertir. Portal G1, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/05/moradores-de-bairro-esquecido-de-sp-viajam-ate-3-horas-para-se-divertir.html>>. Acesso em: 07 de maio de 2019.

ASSOCIAÇÃO PINACOTECA. Relatório de visitantes, 2018.

AYTAR, Volkan; RATH, Jan. *Introduction: Ethnic neighbourhoods as places of leisure and consumption*. *Routledge advances in geography*, n. 5, 2012.

BAENINGER, Rosana et al. Rotatividade migratória: um novo olhar para as migrações internas no Brasil. *REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 2012.

BAENINGER, Rosana; PERES, Roberta Guimarães. SOS Português: imigração haitiana em São Paulo. *Anais do 39º Encontro Anual da Anpocs*, de 26 a 30 de outubro de 2015, em Caxambu MG. ISSN 2177-3092. Disponível em <<http://www.anpocs.com/index.php/papers-39-encontro/gt/gt23>>. Acesso em 12 de janeiro de 2017.

BAHL, Miguel. *Legados étnicos & oferta turística*. 2004.

BAHL, Miguel; MURAD, Ivana Gaio. LEGADO JAPONÊS E TURISMO EM CURITIBA (PARANÁ, BRASIL). *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 1, n. 1, p. 47-62, 2011.

BALDISSERA, Luana Maria; BAH, Miguel; NITSCHKE, Letícia Bartoszeck. Legado étnico holandês como atrativo turístico na comunidade de Castrolanda, Paraná, Brasil. *Revista Confluências Culturais*, v. 6, n. 2, p. 59-72, 2017.

BASTOS, Sônia R.; BUENO, Marielys S. SALLES, Maria do Rosário Rolfsen. Receber e acolher em São Paulo: desafios da hospitalidade numa feira boliviana, Kantuta. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 4, n. 1, p. 95-109, 2014.

BAUER, M. W.; AARTS, Bauer. *A Construção do Corpus: Um Princípio para a Coleta de Dados Qualitativos in Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático*. Martin W. Bauer, George Gaskell (orgs), v. 10.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalization: The human consequences*. Columbia University Press, 1998.

_____, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Zahar, 1999.

_____, Zygmunt. *Liquid modernity*. Polity, Cambridge, 2000.

_____, Zygmunt. *Tempos líquidos*. Zahar, 2007.

BECK, Ulrich. *Mobility and the cosmopolitan perspective*. In: *Exploring Networked Urban Mobilities*. Routledge, p. 140-151, 2017.

BIANCHI, Raoul V. *Migrant tourist-workers: Exploring the 'contact zones' of post-industrial tourism*. *Current Issues in Tourism*, v. 3, n. 2, p. 107-137, 2000.

BIDDULPH, Robin. *Limits to mass tourism's effects in rural peripheries*. *Annals of Tourism Research*, v. 50, p. 98-112, 2015.

BITELLI, Fábio Molinari; BASTOS, Sênia Regina. *Hospitalidade na cidade: as manifestações culturais como uso do espaço público*. *Turismo-Visão e Ação*, v. 20, n. 3, p. 460, 2018.

BLUNT, Alison. *Cultural geographies of migration: mobility, transnationality and diaspora*. *Progress in human geography*, v. 31, n. 5, p. 684-694, 2007.

BOCCI, Diego Segobia. *Bairro da Liberdade e a imigração japonesa: a idéia de Bairro Japonês*. *Cordis: Revista Eletrônica de História Social da Cidade*, 2009.

BONACICH, Edna; LIGHT, Ivan. *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles*, 1988.

BORG, Jan van der; COSTA, Paolo; GOTTI, Giuseppe. *Tourism in European heritage cities*. *Annals of tourism research*, v. 23, n. 2, p. 306-321, 1996.

BONNEMAISON, J. *Viagem em torno do território*. In: CORREA, R. L.; ROSENDAHL, Z. *Geografia cultural: um século*, n. 3 Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002.

BOYD, Michelle. *Reconstructing Bronzeville: Racial nostalgia and neighborhood redevelopment*. *Journal of Urban Affairs*, v. 22, n. 2, p. 107-122, 2000.

BRYMAN, Alan. *Disneyization*. *Encyclopedia of social theory*, 2004.

BUECHLER, Simone. *Sweating it in the Brazilian garment industry: Korean and Bolivian immigrants and global economic forces in São Paulo*. *Latin American Perspectives*, v. 31, n. 3, p. 99-119, 2004.

BÜSCHER, Monika; URRY, John; WITCHGER, Katian (Ed.). *Mobile methods*. Routledge, 2010.

BURGESS, J. Selling Places. Environmental Images for the Executive, Regional Studies, 16 (1), pp. 1-17, 1982.

CADERNO DE MAPAS. Trabalho de campo Luz/Bom Retiro/Campos Elíseos. Disciplina de Geografia Urbana I. Disponível em: <http://www.geografia.fflch.usp.br/graduacao/apoio/Apoio/Apoio_Simone/flg-0560/Caderno_de_Campo_Luz.pdf> . Acesso em: 13 de maio de 2019.

CÂMARA DOS DIRIGENTES LOJISTAS. História, 2017. Disponível em: <<http://www.bomretiro.cdl-sc.org.br/>>. Acesso em: 13 de maio de 2019.

CARDOSO, William. Nova geração de coreanos dá ar moderno ao Bom Retiro. Agora, 2017. Disponível em: <<https://agora.folha.uol.com.br/saopaulo/2017/04/1877826-nova-geracao-de-coreanos-da-ar-moderno-ao-bom-retiro.shtml>>. Acesso em: 15 de jan. 2018.

CARDOZO, Poliana Fabíula. Considerações preliminares sobre produto turístico étnico. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v. 4, n. 2, p. 143-152, 2006.

CARVALHO, Francione Oliveira. Território do significado: a cultura boliviana e a interculturalidade na rede municipal de São Paulo. Revista Diversitas, São Paulo, n. 4, p. 166-223, apr. 2016. ISSN 2318-2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/diversitas/article/view/113947>>. Acesso em: 21 jan. 2017.

CARVALHO, Mariana Aldrigui. Cidade global, destino mundial: turismo urbano em São Paulo. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

CARVALHO, Karoliny Diniz. Lugar de memória e políticas públicas de preservação do patrimônio: Interfaces com o turismo cultural. Turismo-Visão e Ação, v. 13, n. 2, p. 149-165, 2011.

CARVALHO, Bárbara Barreto. Memórias em fluxo: Vivências e perspectivas da imigração sob o olhar de descendentes coreanos em Brasília. PRODUÇÃO EDITORIAL Edição Antônio Cecílio Barboni Júnior Cesar Augusto Aspiazu da Silva Flávio Borges Faria, 2018.

CASTELLS, Manuel. Communication, power and counter-power in the network society. International journal of communication, v. 1, n. 1, p. 29, 2007.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo e ordenação no espaço urbano. São Paulo: Contexto, 2001.

_____, CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana. Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística. Porto alegre: Edição dos autores, 1999.

CATRACA LIVRE. 93ª Festa da Achiropita celebra cultura italiana no Bexiga. 2019. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/agenda/festa-nossa-senhora-achiropita-bixiga-sp/> . 2015.

CEPAL. 2012. Panorama Social de América Latina 2012. Santiago de Chile: CEPAL.

CHANG, Tou Chuang et al. Urban heritage tourism: The global-local nexus. *Annals of Tourism Research*, v. 23, n. 2, p. 284-305, 1996.

CHANG, Tou Cheung. From “instant Asia” to “multi-faceted jewel”: urban imaging strategies and tourism development in Singapore. *Urban Geography*, v. 18, n. 6, p. 542-562, 1997.

CHANG, T. C.; YEOH, Brenda SA. “New Asia–Singapore”: communicating local cultures through global tourism. *Geoforum*, v. 30, n. 2, p. 101-115, 1999.

CHANG, Tou Chuang. Singapore's Little India: a tourist attraction as a contested landscape. *Urban Studies*, v. 37, n. 2, p. 343-366, 2000.

CHANG, T. C.; TEO, Peggy. From rhetoric to reality: cultural heritage and tourism in Singapore. *Singapore Inc.: Public Policy Options in the Third Millennium*, L. Low and D. Johnston, eds, p. 273-303, 2001.

CHI, Jung Yun. Imigrantes coreanos na formação do polo atacadista de moda feminina de pronta-entrega no bairro do Bom Retiro, São Paulo. Pós. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP*, v. 23, n. 41, p. 90-107, 2016.

CHOI, Keum Joa. Além do arco-íris: a imigração coreana no Brasil. São Paulo, 1991.

CHOI, Keum Joa. Imigração coreana na cidade de São Paulo. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, n. 40, p. 233-238, 1996.

CHOI, Keum Joa. A vida na cidade de São Paulo. *COMITÊ DE ORGANIZAÇÃO DA HISTÓRIA DA IMIGRAÇÃO COREANA NO BRASIL. A história de*, v. 50, p. 1962-2011.

CHUNG, You-Jin; MOHANTY, Jayashree. Between two worlds in Asia: Korean youth in Singapore. *Journal of Population Research*, v. 31, n. 3, p. 219-235, 2014.

CIUDAD DE BUENOS AIRES. Bem-vindo a Buenos Aires, 2018. Disponível em: http://cdn2.buenosaires.gob.ar/turismo/pdf/dossier_prensa_br.pdf. Acesso em 15 de abril de 2019.

CYMBALSITA, Renato; XAVIER, Iara. A comunidade boliviana em São Paulo: definindo padrões de territorialidade. *Cadernos Metrópole* 17, pp. 119-133, 2007.

COHEN, Erik. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of tourism research*, v. 15, n. 3, p. 371-386, 1988.

COHEN, Scott A. Lifestyle travellers: Backpacking as a way of life. *Annals of Tourism Research*, v. 38, n. 4, p. 1535-1555, 2011.

COHEN, Scott A.; DUNCAN, Tara; THULEMARK, Maria. Lifestyle mobilities: The crossroads of travel, leisure and migration. *Mobilities*, v. 10, n. 1, p. 155-172, 2015.

COLLINS, Jock. Ethnic precincts as contradictory tourist spaces. In: *Tourism, ethnic diversity and the city*. Routledge, p. 85-104, 2007.

CONFORTI, Joseph M. Ghettos as tourism attractions. *Annals of Tourism Research*, v. 23, n. 4, p. 830-842, 1996.

CORDEIRO, Helena K. et al. A cidade mundial de São Paulo e o complexo corporativo do seu centro metropolitano. In: SANTOS, Milton et al. *O novo mapa do mundo: fim de século e globalização*. 4ed. 331-348 p, São Paulo: Annablume, Hucitec & Anpur, 2002.

CRESSWELL, Tim. *On the move: The politics of mobility in the modern west*. 2006.

_____, Tim. Towards a politics of mobility. *Environment and planning D: society and space*, v. 28, n. 1, p. 17-31, 2010.

_____, Tim; MERRIMAN, Peter (Ed.). *Geographies of mobilities: Practices, spaces, subjects*. Ashgate Publishing, Ltd., 2011.

CRUZ, Angela Gracia B; BUCHANAN-OLIVER, Margo. Moving toward settlement: tourism as acculturation practice. *European Journal of Marketing*, v. 51, n. 4, p. 772-794, 2017.

CWERNER, Saulo; KESSELRING, Sven; URRY, John (Ed.). *Aeromobilities*. Routledge, 2009.

COLES, Tim; TIMOTHY, Dallen J. (Ed.). *Tourism, Diasporas and space*. Routledge, 2004.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*, 2012.

COLLINS, Jock. Ethnic precincts as contradictory tourist spaces. In: *Tourism, ethnic diversity and the city*. Routledge, 2007. p. 85

COLLINS, Jock; KUNZ, Patrick. Ethnicity and public space in the city: Ethnic precincts in Sydney. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, v. 1, n. 1, 2009.

CPTM. Portal do governo, 2017. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/companhia-paulista-de-trens-metropolitanos-registra-recorde-de-usuarios/>. Acesso em; 12 de junho de 2019.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. *Política de turismo e território*. Contexto, 2000.

CYMBALSITA, Renato; XAVIER, Iara. A comunidade boliviana em São Paulo: definindo padrões de territorialidade. *Cadernos Metrôpole* 17, 1º sem, pp. 119-133, 2007.

DANICO, Mary Yu. *The Ilse: First Generation Korean Immigrants in Hawai'i, 1903-1973*, 2001.

DELMONTE, Romina. Restaurantes coreanos en la Ciudad de Buenos Aires. *Comida, cultura e identidad en la diáspora*. *Sociedade e Cultura*, v. 18, n. 1, p. 29-40, 2015.

DERTÔNIO, Hilário. O bairro do Bom Retiro. Prefeitura Municipal, Secretaria de Educação e Cultura, Departamento de Cultura, 1971.

DINIZ, Pedro. “Little Seul” de Doria gera polêmica e divide lojistas do Bom Retiro”. Folha de São Paulo online, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/pedrodiniz/2017/04/1875651-little-seul-de-doria-gera-polemica-e-divide-lojistas-do-bom-retiro.shtml>> . Acesso em: 13 de maio de 2019.

DRON, Alan. Air Transport World Site, 2017. Disponível em: <<https://atwonline.com/airports-routes/alitalia-aerol-neas-argentinas-step-cooperation>> . Acesso em 16 de abril de 2019.

DWYER, Larry et al. Is the migration-tourism relationship only about VFR? *Annals of Tourism Research*, v. 46, p. 130-143, 2014.

EDENSOR, Tim. *National identity, popular culture and everyday life*. Bloomsbury Publishing, 2002.

EDENSOR, Tim. Mundane mobilities, performances and spaces of tourism. *Social & cultural geography*, v. 8, n. 2, p. 199-215, 2007.

EDENSOR, Tim; JAYNE, Mark (Ed.). *Urban theory beyond the West: a world of cities*. Routledge, 2012.

ELLIOTT, Anthony; URRY, John. *Mobile lives*. Routledge, 2010.

ENDRES, Marcel; MANDERSCHIED, Katharina; MINCKE, Christophe (Ed.). *The mobilities paradigm: Discourses and ideologies*. Routledge, 2016.

FAINSTEIN, Susan S.; GLADSTONE, David. Evaluating urban tourism. *The tourist city*, p. 21-34, 1999.

FAINSTEIN, Susan S. et al. (Ed.). *The tourist city*. New Haven, CT: Yale University Press, 1999.

FAINSTEIN, Susan S.; HOFFMAN, Lily M.; JUDD, Dennis R. Making theoretical sense of tourism. *Cities and visitors: Regulating people, markets, and city space*, p. 239-253, 2003.

FAINSTEIN, Susan S. et al. Tourism and New York’s ethnic diversity: An underutilized resource. *Tourism, ethnic diversity and the city*, p. 143-163, 2007.

FAGERLANDE, Sergio Moraes Rego. Holambra: a construção da imagem em uma cidade turística. *Oculum Ensaios*, v. 13, n. 2, p. 331-345, 2016.

FARIA, Gentil de. *Beyond the Sterotypes of Orientalism: the Literary Image of Korea in Brazil*. Instituto Gentil de Faria, 2010.

FEATHERSTONE, M. *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage, 1991.

FEATHERSTONE, Mike. City cultures and post-modern lifestyles. *Post-Fordism: A Reader*, p. 387-408, 1994.

FELDMAN, Sarah. Bom Retiro: bairro de estrangeiros, bairro central (1928-1945). São Paulo, os estrangeiros e a construção das cidades, 2011.

FELDMAN, Sarah. ST6-1158 Bom Retiro: Bairro múltiplo, identidade étnica mutante. *Anais ENANPUR*, v. 15, n. 1, 2013.

FENG, Kathy; PAGE, Stephen J. An exploratory study of the tourism, migration–immigration nexus: Travel experiences of Chinese residents in New Zealand. *Current Issues in tourism*, v. 3, n. 3, p. 246-281, 2000.

FIGUEIREDO, Silvio Lima. Espaços de cultura nas cidades: notas sobre o ordenamento, acessibilidade e turistificação. *Turismo, lazer e planejamento urbano e regional*. Belém: NAEA, p. 79-92, 2008.

FONSECA, Leonardo; CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Hospitalidade, migração e gastronomia: A família marino e o Restaurante Carlino. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, v. 7, n. 1, p. 47-65, 2013.

FOURIE, Johan; SANTANA-GALLEGO, María. Ethnic reunion and cultural affinity. *Tourism Management*, v. 36, p. 411-420, 2013.

FRÄNDBERG, Lotta. Temporary transnational youth migration and its mobility links. *Mobilities*, v. 9, n. 1, p. 146-164, 2014.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca; CASTRO, Celso. A cidade e seus souvenirs: o Rio de Janeiro para o turista ter. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 1, n. 1, p. 34-53, 2007.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca; TELLES, Vera da Silva; ALLIS, Thiago. Apresentação: Por uma teoria social on the move. *Tempo Social*, v. 30, n. 2, p. 1-16, 2018.

FREITAS, Patricia Tavares de et al. Imigração e experiência social: o circuito de subcontratação transnacional de força-de-trabalho boliviana para o abastecimento de oficinas de costura na cidade de São Paulo. 2009.

GALANTE, Helene. Padarias coreanas investem em pratos típicos, 2010. Disponível em: < <https://vejasp.abril.com.br/cidades/bellapan-fresh-cake-factory-padarias-coreanas/>>. Acesso em 12 de janeiro de 2019.

GALE, Tim et al. The end of tourism, or endings in tourism? *Tourism and mobilities: Local-global connections*, p. 1-14, 2008.

GALE, Tim. Urban beaches, virtual worlds and ‘the end of tourism’. *Mobilities*, v. 4, n. 1, p. 119-138, 2009.

GARCÉS, H. et al. De enclave a centralidad. *Espacio urbano, comercio y migración peruana en Santiago de Chile*. 2011.

GARCÍA-HERNÁNDEZ, María; DE LA CALLE-VAQUERO, Manuel; YUBERO, Claudia. Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. *Sustainability*, v. 9, n. 8, p. 1346, 2017.

GENOVA, Nicholas de. *Border struggles in the migrant metropolis*. 2015.

GLADSTONE, David L.; FAINSTEIN, Susan S. Tourism in US global cities: A comparison of New York and Los Angeles. *Journal of Urban Affairs*, v. 23, n. 1, p. 23-40, 2001.

GOBER, Patricia; ZONN, Leo E. Kin and elderly amenity migration. *The Gerontologist*, v. 23, n. 3, p. 288-294, 1983.

GOMES, Laura Graziela. Comércio Étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. *Revista Estudos Históricos*, v. 1, n. 29, p. 187-207, 2002.

GOMES, Rita de Cássia G.; SILVA, Valdenildo Pedro; SILVA, Anieres Barbosa. Estado, turismo e mercado de trabalho. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, v. 6, 2002.

GOTHAM, Kevin Fox. Marketing Mardi Gras: Commodification, spectacle and the political economy of tourism in New Orleans. *Urban Studies*, v. 39, n. 10, p. 1735-1756, 2002.

GOTHAM, Kevin Fox. Tourism gentrification: The case of New Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban studies*, v. 42, n. 7, p. 1099-1121, 2005.

GOTHAM, Kevin Fox et al. Ethnic heritage tourism and global-local connections in New Orleans. *Tourism, ethnic diversity and the city*, p. 125-142, 2007.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e etnicidade. *Horizontes antropológicos*, v. 9, n. 20, p. 141-159, 2003.

GUIMARÃES, Lytton L. The Korean community in Brazil: challenges, achievements and prospects. In: *3rd World Congress of Korean Studies on Cultural Interaction with Korea: From Silk Road to Korean Wave*, Jeju Island, South Korea, 2006.

GURRAN, Nicole. The turning tide: Amenity migration in coastal Australia. *International Planning Studies*, v. 13, n. 4, p. 391-414, 2008.

GUSTAFSON, Per. Retirement migration and transnational lifestyles. *Ageing & Society*, v. 21, n. 4, p. 371-394, 2001.

GUSTAFSON, Per. Tourism and seasonal retirement migration. *Annals of Tourism research*, v. 29, n. 4, p. 899-918, 2002.

HALES, Mike; PETERSON, Erik. *Global Cities 2016*. At Kearney. Disponível em <<https://www.atkearney.com/documents/10192/8178456/Global+Cities+2016.pdf/8139cd44-c760-4a93-ad7d-11c5d347451a>>. Acesso em 10 de janeiro de 2017.

HALL, Colin Michael. *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Pearson Education, 2005.

HALL, C. Michael; MÜLLER, Dieter K. *Second homes: curse or blessing?* 2004.

HALL, P. Creative cities and economic development, *Urban Studies*, N.37, V 4, pp. 639-649, 2000.

HALL, C. Michael; RATH, Jan. Tourism, migration and place advantage in the global cultural economy. In: *Tourism, ethnic diversity and the city*. Routledge, p. 19-42, 2007.

HALTER, Marilyn. *Shopping for identity: The marketing of ethnicity*. Schocken, 2007.

HANNAM, Kevin; SELLER, Mimi; URRY, John. Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, v. 1, n. 1, p. 1-22, 2006.

HANNAM, Kevin. Tourism geographies, tourist studies and the turn towards mobilities. *Geography Compass*, v. 2, n. 1, p. 127-139, 2008.

HANNAM, Kevin. The end of tourism? Nomadology and the mobilities paradigm. *Philosophical issues in tourism*, v. 37, p. 101, 2009.

HANNAM, Kevin; BUTLER, Gareth; PARIS, Cody Morris. Developments and key issues in tourism mobilities. *Annals of Tourism Research*, v. 44, p. 171-185, 2014.

HANNIGAN, John. Fantasy cities. *New Internationalist*, v. 308, p. 1-4, 1998.

HAREWOOD, Susan. Tings brown! Nationalists, regionalists and tourists making claims on the state. *Cultural Studies*, v. 24, n. 2, p. 214-233, 2010.

HARVEY, David. Time-space compression and the postmodern condition. *Modernity: Critical Concepts*, v. 4, p. 98-118, 1999.

HAYES, Matthew. 'It is hard being the different one all the time': gringos and racialized identity in lifestyle migration to Ecuador. *Ethnic and Racial Studies*, v. 38, n. 6, p. 943-958, 2015.

HAYLLAR, Bruce; GRIFFIN, Tony; EDWARDS, Deborah. *City Spaces-Tourist Places*. Routledge, 2010.

HEAR, Nicholas Van et al. *The contribution of UK-based diasporas to development and poverty reduction*. University of Oxford, COMPAS, 2004.

HENDERSON, Joan C. Managing urban ethnic heritage: Little India in Singapore. *International Journal of Heritage Studies*, v. 14, n. 4, p. 332-346, 2008.

HENDERSON, Joan C. The new dynamics of tourism in South East Asia: Economic development, political change and destination competitiveness. *Tourism Recreation Research*, v. 40, n. 3, p. 379-390, 2015.

HIERNAUX, Daniel; GONZÁLEZ, Carmen Imelda. Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, n. 58, p. 55-70, 2014.

HILTUNEN, Mervi J.; PITKÄNEN, Kati; HALSETH, Greg. Environmental perceptions of second home tourism impacts in Finland. *Local Environment*, v. 21, n. 10, p. 1198-1214, 2016.

HOFFMAN, Lily M. The marketing of diversity in the inner city: Tourism and regulation in Harlem. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 27, n. 2, p. 286-299, 2003.

_____, Lily M.; FAINSTEIN, Susan S.; JUDD, Dennis R. (Ed.). *Cities and visitors: regulating people, markets, and city space*. John Wiley & Sons, 2011.

HONG, Mirian Lee. Exploring literary negotiations of culture and identity from the journal, *Cultura Tropical* and how Korean Brazilians construct a hybrid cultural identity. 2011. Tese de Doutorado. UC Berkeley.

HOUSE, Christina. Your 2017 guide to great Los Angeles bakeries. *Los Angeles Times*, 2017. Disponível em: < <https://www.latimes.com/food/dailydish/la-fo-bakeries-los-angeles-2017-story.html>>. Acesso em: 21 de agosto de 2019.

HUANG, Wei-Jue; KING, Brian; SUNTIKUL, Wantanee. VFR Tourism and the Tourist Gaze: Overseas Migrant Perceptions of Home. *International Journal of Tourism Research*, 2017.

HUETE, Raquel et al. El auge de la turismofobia, hipótesis de investigación o ruido ideológico?. 2018.

HUONG, Nguyen Thu; KING, Brian. Migrant communities and tourism consumption. In: *Tourism and Migration*. Springer, Dordrecht, p. 221-240, 2002.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Inventário de referências culturais do Bom Retiro. Multiculturalismo em situação urbana. São Paulo, 2010. CD-ROM.

ILVA, Sidney. A. *Costurando Sonhos. Trajetória de um grupo de imigrantes bolivianos em São Paulo*. São Paulo, Paulinas, 1997.

INDEC. Estadísticas del Turismo Internacional. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Argentina, v. 3, n. 3, 2018. Disponível em: <https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_02_19.pdf>. Acesso em 19 de maio de 2019.

JANTA, Hania et al. Migrant relationships and tourism employment. *Annals of Tourism Research*, v. 38, n. 4, p. 1322-1343, 2011.

IBGE. Estatísticas sociais: estimativas de populações dos municípios, 2018. Disponível: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013->

agencia-de-noticias/releases/22374-ibge-divulga-as-estimativas-de-populacao-dos-municipios-para-2018. Acesso em: 23-de maio de 2019.

IOANNIDES, Dimitri. Strengthening the ties between tourism and economic geography: A theoretical agenda. *The professional geographer*, v. 47, n. 1, p. 49-60, 1995.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Lançamento do Projeto Roteiros Nacionais de Imigração, 2007. Disponível em: < <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/1882/lancamento-do-projeto-roteiros-nacionais-de-imigracao>>. Acesso em: 12 de maio de 2019.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Inventário de referências culturais do Bom Retiro. Multiculturalismo em situação urbana. São Paulo:2010. CD-ROM

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR MIGRATION (IOM). World Migration Report 2018. Disponível em: < <https://www.iom.int/wmr/world-migration-report-2018>>. Acesso em: 13 de junho de 2019.

JUDD, Dennis R. Constructing the tourist bubble. *The tourist city*, p. 35-53, 1999.

JULES-ROSETTE, Bennetta. Black Paris: touristic simulations. *Annals of Tourism Research*, v. 21, n. 4, p. 679-700, 1994.

JUNG, Alex. Seul, as sete melhores bakeries, 2011. Disponível em: <<http://travel.cnn.com/seoul/eat/seouls-7-best-french-bakeries-883832/>>. Acesso em: 09 de junho de 2019.

JOO, Jong Taick. Culture and Ethnicity in the Korean Transnational Community in Brazil, v. 12, n. 2, p. 323-356, 2010.

KANG, Jiyeon; ABELMANN, Nancy. The domestication of South Korean pre-college study abroad in the first decade of the millennium. *Journal of Korean Studies*, v. 16, n. 1, p. 89-118, 2011.

KELLERMAN, Aharon. *Personal mobilities*. Routledge, 2006.

KENNETT, B. (2002) 'Language learners as cultural tourists', *Annals of Tourism Research*, 29(2): 557-59.

KIM, Hak-Hoon. Residential patterns and mobility of Koreans in Los Angeles County. 1986. Tese de Doutorado. California State University, Los Angeles.

KIM, Jessica; PARK, Kyeyoung. The contested nexus of Los Angeles Koreatown: Capital restructuring, gentrification, and displacement. *Amerasia Journal*, v. 34, n. 3, p. 126-150, 2008.

KIM, Illsoo. *New urban immigrants: the Korean community in New York*. Princeton University Press, 2014.

KING, Russell; WARNES, Anthony M.; WILLIAMS, Allan M. International retirement migration in Europe. *International journal of population geography*, v. 4, n. 2, p. 91-111, 1998.

KLOOSTERMAN, Robert et al. *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford/New York/Berg/University of New York Press, 2003.

KOPPENFELS, Amanda Klekowski; MULHOLLAND, Jon; RYAN, Louise. 'Gotta go visit family': reconsidering the relationship between tourism and transnationalism. *Population, Space and Place*, v. 21, n. 7, p. 612-624, 2015.

KUENTZEL, Walter F.; RAMASWAMY, Varna Mukundan. Tourism and amenity migration: A longitudinal analysis. *Annals of Tourism research*, v. 32, n. 2, p. 419-438, 2005.

LARSEN, Jonas; URRY, John. *The tourist gaze 3.0*. Sage, 2011.

_____, Jonas; URRY, John; AXHAUSEN, Kay. Coordinating face-to-face meetings in mobile network societies. *Information, Communication & Society*, v. 11, n. 5, p. 640-658, 2008.

LASH, Scott; URRY, John. *Economies of signs and space*, 1994.

LAZARIDIS, Gabriella; WICKENS, Eugenia. "Us" and "Us": ethnic minorities in Greece. *Annals of Tourism Research*, v. 26, n. 3, p. 632-655, 1999.

LEE, Julie C.; CYNN, Virginia EH. *Issues in counseling 1.5 generation Korean Americans*. 1991.

LEE, Dongmin et al. From corporate social responsibility to creating shared value with suppliers through mutual firm foundation in the Korean bakery industry: a case study of the SPC Group. *Asia Pacific Business Review*, v. 20, n. 3, p. 461-483, 2014.

LEE, Hae-Jin. *Frommer's book*. South Korea. John Wiley & Sons, 2010.

LIGHT, Ivan; GOLD, Steven. *Ethnic economies*, 2000.

LIGHT, Ivan. Immigrant place entrepreneurs in Los Angeles, 1970-99. *International Journal of Urban and Regional Research*, v. 26, n. 2, p. 215-228, 2002.

LIN, Jan. Globalization and the revalorizing of ethnic places in immigration gateway cities. *Urban Affairs Review*, v. 34, n. 2, p. 313-339, 1998.

LIONETTI, Stefania; GONZALEZ, Oscar. On the relationship between tourism and growth in Latin America. *Tourism and Hospitality Research*, v. 12, n. 1, p. 15-24, 2012.

LÖFFLER, Roland et al. Amenity migration in the Alps: Applying models of motivations and effects to 2 case studies in Italy. *Mountain research and development*, v. 36, n. 4, p. 484-493, 2016.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do turismo. Conceitos, modelos e sistemas. Sao Paulo: Aleph, 2012.

LOUKAITOU-SIDERIS, Anastasia; SOURELI, Konstantina. Cultural tourism as an economic development strategy for ethnic neighborhoods. *Economic Development Quarterly*, v. 26, n. 1, p. 50-72, 2012.

LUGOSI, Peter; ALLIS, Thiago. Migrant entrepreneurship, value-creation practices and urban transformation in São Paulo, Brazil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 13, n. 1, p. 141-163, 2019.

MACCANNELL, Dean. The tourist: A new theory of the leisure class. Berkeley. 1999.

MACCANNELL, Dean et al. Remarks on the Commodification of Cultures. Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century, p. 380-390, 2001.

MAITLAND, Robert. Introduction: National capitals and city tourism. *City tourism, national capital perspectives*, p. 1-13, 2010.

MARCOS, Mariana; MERA, Gabriela. Migrantes internacionales en la Aglomeración Gran Buenos Aires: un análisis cuantitativo de su distribución espacial. *Cuadernos Geográficos*, v. 54, n. 1, p. 257-282, 2015.

MARQUES, Maria M. et al. Building a market of ethnic references: activism and diversity in multicultural settings in Lisbon. *Tourism, ethnic diversity and the city*, p. 181-198, 2007.

MARQUES, Marina. Guia da semana. Disponível em: <<https://www.guiadasemana.com.br/sao-paulo/na-cidade/evento/festa-de-nossa-senhora-da-achiropita>>. Acesso em: 15 de agosto de 2019.

MARTINOTTI, Guido. The new morphology of cities. MOST (Management of Social, 1994.

MARTINOTTI, Guido. Four populations: Human settlements and social morphology in the contemporary metropolis. *European Review*, v. 4, n. 1, p. 3-23, 1996.

MASSEY, Douglas S.; CAPOFERRO, Chiara. The geographic diversification of American immigration. New faces in new places: The changing geography of American immigration, p. 25-50, 2008.

MASTERCARD. Global Destination Cities Index, 2016. Disponível em: <<https://newsroom.mastercard.com/latin-america/pt-br/digital-press-kits/global-destination-cities-index-levantamento-anual-realizado-pela-mastercard/>>. Acesso em: 30 de maio de 2019.

MASTERCARD. Global Destination Cities Index, 2018. Disponível em: <<https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2016/09/FINAL-Global-Destination-Cities-Index-Report.pdf>>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

MATOS, Amanda. 13º Festival da Cultura Coreana. Disponível em: <<https://www.guiadasemana.com.br/sao-paulo/na-cidade/evento/festival-da-cultura-coreana-2019-08-09>>. Acesso em: 13 de agosto de 2019.

MEETHAN, Kevin. *Tourism in Global Society: Place. Culture, Consumption*, 2001.

MERA, Carolina. *La inmigración coreana en Buenos Aires: Multiculturalismo en el espacio urbano*. Eudeba, 1998.

MERA, Carolina; DE COSIANSI, Liliana Palacios; GONZÁLEZ, Carmen. *Coreanos en Argentina: 40 años de historia*. Al Margen, 2005.

MERA, Carolina. *La comunidad coreana en Buenos Aires. Una experiencia de convivencia intercultural*. Revista Sociedad, v. 27, p. 1-10, 2008.

MERA, Carolina. *Los migrantes coreanos en la industria textil de la Ciudad de Buenos Aires. Inserción económica e identidades urbanas*. Revue européenne des migrations internationales, v. 28, n. 4, p. 67-87, 2012.

MIN, P. G. *Korean Immigrants in Los Angeles. Immigration and entrepreneurship: Culture, capital, and ethnic networks*, 185-204, 1993.

MOLZ, Jennie Germann. *After the end of tourism. Mobilities and Complexities*, 2018.

MONTEIRO, Rafael Galvão, *Imigração coreana e patrimônio cultural no Bom Retiro / SP*. Dissertação de mestrado 149 p. Universidade Anhembí Morumbi, São Paulo, 2011.

MOOKHERJEE, Nayanika. *Mobilising Images: Encounters of ‘Forced’ Migrants and the Bangladesh War of 1971*. Mobilities, v. 6, n. 3, p. 399-414, 2011.

MOSS, Laurence AG. 1 *The Amenity Migrants: Ecological Challenge to Contemporary Shangri-La. The amenity migrants: seeking and sustaining mountains and their cultures*, p. 1, 2006.

MOSCARDO, Gianna et al. *Mobilities, community well-being and sustainable tourism*. Journal of Sustainable Tourism, v. 21, n. 4, p. 532-556, 2013.

MOSS, Laurence AG. *The amenity migrants: Seeking and sustaining mountains and their cultures*. Cabi, 2006.

MÜLLER, Dieter K.; MARJAVAARA, Roger. *From second home to primary residence: migration towards recreational properties in Sweden 1991–2005*. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, v. 103, n. 1, p. 53-68, 2012.

NEGRÃO, Renato. *Uol notícias internacionais*, 2015. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2015/10/07/al-zaatari-um-dos-maiores-campos-de-refugiados-do-mundo-e-mistura-de-dor-e-esperanca.htm>>. Acesso em 12 de abril de 2018.

NOGUERO, F. T. El concepto del turismo según la OMT. In: NECHAR, M. C.; PANOSSO NETO, A. Epistemología del turismo: estudios críticos. México: Trillas, 2010, p. 174-201.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO. Viagens, Turismo e Eventos na cidade de São Paulo em 2016 e tendências para 2017. 2016. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/TURISMO_TENDENCIAS_2017.pdf> . Acesso em 15 de abril de 2018.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO. São Paulo: cidade do mundo. 2017. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/DADOS_E_FATOS.pdf>. Acesso em: 13 maio de 2018.

OH, Sookhee; CHUNG, Angie. A study on the sociospatial context of ethnic politics and entrepreneurial growth in Koreatown and Monterey Park. *Geo Journal*, v. 79, n. 1, p. 59-71, 2014.

OKADA, Hudson. Bairro da Liberdade, 2017. Disponível em: <<http://www.discovernikkei.org/pt/journal/2017/4/26/bairro-da-liberdade/>> . Acesso em 02 de julho de 2019.

OLIVEIRA, Antônio Tadeu Ribeiro de. Nova lei brasileira de migração: avanços, desafios e ameaças. *Revista brasileira de estudos de população*, v. 34, n. 1, p. 171-179, 2017.

OLIVEIRA, Nayara. Ministério do Turismo, 2018. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/10610-turismo-internacional-cresce-6-em-2017.html>>. Acesso em: 15 maio de 2018.

ONG, A. *Flexible Citizenship: the cultural logic of transnationality*, Durham: Duke University Press, 1999.

PAGE, Stephen J. et al. *Urban tourism*. Routledge, 1995.

PAIVA, Odair da Cruz. Imigração, patrimônio cultural e turismo no Brasil. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 23, n. 2, p. 211-215, 2015.

PARK, Kyeyoung. *The Korean American dream: Immigrants and small business in New York City*. Cornell University Press, 1997.

PARK, Kyonghwan; LEE, Youngmin. Rethinking Los Angeles Koreatown: Multi-scaled geographic transition since the mid-1990, v. 42, n. 2, p. 196-217, 2007.

PARK, Kyeyoung; KIM, Jessica. The contested nexus of Los Angeles Koreatown: Capital restructuring, gentrification, and displacement. *Amerasia Journal*, v. 34, n. 3, p. 126-150, 2008.

PARK, Kiwan et al. Caffé Bene Disrupts the Stagnating Korean Coffee Shop Market. *Asian Case Research Journal*, v. 19, n. 01, p. 203-230, 2015.

PATARRA, Neide Lopes. Movimentos migratórios no Brasil: tempos e espaços. Textos para discussão: Escola Nacional de Ciências Estatística, n. 7, 2003.

PEARCE, Douglas G. et al. Tourism today: a geographical analysis. Longman scientific & technical, 1995.

PINHO, Patrícia S. Turismos Diaspóricos: Mapeando Conceitos e Questões. Tempo Social, v. 30, n. 2, p. 113-131, 2018.

PISTORELLO, Daniela et al. O Brasil da diversidade? Patrimônio e paisagem cultural no Projeto Roteiros Nacionais de Imigração, 2015.

MINISTERIO DE TURISMO. Anuário Estadístico de Turismo, 2014. Disponível em: <<https://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/23159f5b7fe5ce98ad77fdc94bbe4be7b31c6f37.pdf>>. Acesso em 10 de maio de 2019.

PORTAL DO GOVERNO. Governo do Estado de São Paulo, 2019. Disponível em: <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/ultimas-noticias/24a-festa-do-imigrante-apresenta-tradicoes-de-mais-de-45-nacionalidades/>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

PORTES, Alejandro; MANNING, Robert D. The immigrant enclave: Theory and empirical examples, 1986.

PRADO, Matheus. Padaria coreana dá sabor ao Bom Retiro. Disponível em: <<https://paladar.estadao.com.br/noticias/restaurante-e-bares,padaria-coreana-da-sabor-ao-bom-retiro,70002331578>>. Acesso em 15 de agosto de 2019.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Programa patrimônio e referências culturais nas subprefeituras. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/upload/BomRetiro_web_1392059128.pdf>. Acesso em 15 de maio de 2019.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Bom Retiro: perímetro e mapa, 2013. Disponível em: <<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/se/noticias/index.php?p=36878>>. Acesso em 4 de outubro de 2019.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Prefeitura entrega primeira fase do Projeto SP sem fio, de enterramento das redes aéreas. Secretaria especial de comunicação, 2018. Disponível em: <<http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-entrega-primeira-fase-do-projeto-sp-sem-fio-de-enterramento-das-redes-aereas>>. Acesso em 12 de janeiro de 2019.

PRICE, Martin F. et al. Tourism and amenity migration. Mountains of the world: a global priority., p. 249-280, 1997.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico. Novo Hamburgo: Feevale, 2009

PROVENZANO, Davide; BAGGIO, Rodolfo. The contribution of human migration to tourism: The VFR travel between the EU28 member states. International Journal of Tourism Research, v. 19, n. 4, p. 412-420, 2017.

RATH, Jan (Ed.). *Tourism, ethnic diversity and the city*. Routledge, 2007.

RATH, Jan. *The transformation of ethnic neighborhoods into places of leisure and consumption*. 2017.

RATH, J.; HALL, C. M. *Tourism, migration and place advantage*. *Tourism, Ethnic Diversity and the City*. Nova Iorque: Routledge, p. 1-24, 2007.

RICKLY, Jillian M. *Lifestyle mobilities: A politics of lifestyle rock climbing*. *Mobilities*, v. 11, n. 2, p. 243-263, 2016.

ROGERSON, Christian M. *Revisiting VFR tourism in South Africa*. *South African Geographical Journal*, v. 97, n. 2, p. 139-157, 2015.

ROJAS, Antonio Viedma. *La investigación empírica del turismo: método científico y proceso de investigación*. In: *La investigación social del turismo: perspectivas y aplicaciones*. Thomson-Paraninfo, p. 3-14, 2006.

ROMANOWSKI, Joana Paulin; ENS, Romilda Teodora. *As pesquisas denominadas do tipo "Estado da Arte"*. *Revista Diálogo Educacional*, v. 6, n. 19, 2006.

RUFATO, Marcela de Andrade. *Sucessão de imigrantes no bairro do Bom Retiro (São Paulo)*. *Discutindo identidades*, p. 93, 2006.

RUTING, Brad. *'Like touching with your roots': migrants' children visiting the ancestral homeland*. *Australian Geographer*, v. 43, n. 1, p. 17-33, 2012.

SAKAGUCHI, Kana. *Singapore's Tourism Policy From the perspective of Strategy for Survival*. *Proceedings of The 11th MAC 2017*, p. 126, 2017.

SÃO PAULO COSMÓPOLIS. *Imigrantes em São Paulo: diagnóstico do atendimento à população imigrante no município e perfil dos imigrantes usuários de serviços públicos / organizado por São Paulo Cosmópolis; coordenado por Deisy Ventura, Feliciano Sá Guimarães e Rossana Reis*. -- São Paulo: IRI-USP, 170 p, 2017.

SÃO PAULO TURISMO S/A. *Outlook: Anuário 2013: capital internacional dos negócios*. São Paulo: Ibep Gráfica, 2013.

SÃO PAULO TURISMO S/A. *Plano de Turismo Municipal: 2015-2018*. Disponível em: <http://cidadedesaopaulo.com/v2/wp-content/uploads/2015/07/platum-2015-2018.pdf>. Acesso em 15 de maio de 2018.

SÃO PAULO TURISMO S/A. *Plano de Desenvolvimento Turístico no Centro de São Paulo*, 2008.

SÃO PAULO. *Lei 15.110 de 06 de janeiro de 2010. Institui o bairro do Bom Retiro como polo cultural das tradições coreanas e dá outras providências*. Câmara Municipal de São Paulo, 2010.

SÃO PAULO ANTIGA. Judeus e coreanos em rua do Bom Retiro, 2015. Disponível em: < <http://www.saopauloantiga.com.br/sinagoga-kehilat-israel/>>. Acesso em: 09 de abr. 2019.

SACOMANO NETO, Mário. Economia e empreendedorismo étnico: balanço histórico da experiência paulista. *Revista de Administração de empresas*, v.47, n.2, p. 37-48, São Paulo, 2007.

_____, Mário. Redes em processos migratórios. *Tempo social*, v. 20, n. 1, p. 199-218, 2008.

SASSEN, Saskia. *The global city*. New York, 1991.

SASSEN, Saskia. *Global city*. New York, London, Tokyo: Princeton University Press, 1994.

SASSEN, Saskia. *Globalization and its discontents: Essays on the new mobility of people and money*. 1999.

SASSONE, Susana; MERA, Carolina. *Barrios de migrantes en Buenos Aires: Identidad, cultura y cohesión socioterritorial. Las relaciones triangulares entre Europa y las Américas en el siglo XXI: expectativas y desafíos*, 2007.

SAYAD, Abdelmalek. *Imigração ou os Paradoxos da Alteridade*, A. Edusp, 1998.

SCHILLER, Nina G. Explanatory frameworks in transnational migration studies: the missing multi-scalar global perspective. *Ethnic and Racial Studies*, v. 38, n. 13, p. 2275-2282, 2015.

SCHILLER, Nina Glick; ÇAGLAR, Ayşe; GULDBRANDSEN, Thaddeus C. Beyond the ethnic lens: Locality, globality, and born-again incorporation. *American ethnologist*, v. 33, n. 4, p. 612-633, 2006.

SEATON, A. V.; PALMER, Christine. Understanding VFR tourism behaviour: the first five years of the United Kingdom tourism survey. *Tourism management*, v. 18, n. 6, p. 345-355, 1997.

SELBY, Martin. Consuming the city: conceptualizing and researching urban tourist knowledge. *Tourism Geographies*, v. 6, n. 2, p. 186-207, 2004.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. Cortez editora, 2017.

SHAH, Khushbu. Pastries born in France, raised in South Korea. *Eater*, 2015. Disponível em: <<https://www.eater.com/2015/12/30/10685588/korean-bakery-paris-baguette-tous-les-jours>> . Acesso em: 13 de julho de 2019.

SHAW, Stephen; BAGWELL, Susan; KARMOWSKA, Joanna. Ethnoscapes as spectacle: Reimagining multicultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption. *Urban Studies*, v. 41, n. 10, p. 1983-2000, 2004.

SHELLER, Mimi. Automotive emotions: Feeling the car. *Theory, culture & society*, v. 21, n. 4-5, p. 221-242, 2004.

SHELLER, Mimi; URRY, John. *Tourism mobilities: Places to play, places in play*. Routledge, 2004.

SHELLER, Mimi; URRY, John. The new mobilities paradigm. *Environment and planning A*, v. 38, n. 2, p. 207-226, 2006.

SHIN, Joon; COLLINS, Jock. *Korean immigrant entrepreneurs in the Sydney restaurant industry*. UTS Cosmopolitan Civil Societies Research Centre, 2012.

SILVA, Sidney Antonio. *Costurando sonhos. Trajetória de um grupo de imigrantes bolivianos em São Paulo*. São Paulo: Paulinas Editora, 1997.

SILVA, Sidney Antonio da. Bolivianos em São Paulo: entre o sonho e a realidade. *Estudos avançados*, v. 20, n. 57, p. 157-170, 2006.

SIMMEL, George. Individual freedom. G. Simmel, *The Philosophy of Money*, 1990.

SINGAPORE TOURISM PROMOTION. *Singapore Tourist Promotion Board Annual Report 1965-1966*, Singapore Tourist Promotion Board, Singapore, 1966.

SINGAPORE TOURISM BOARD. Visit Singapore, 2019. Disponível em: <https://www.visitsingapore.com/en/>. Acesso em: 12-de maio de 2019.

SONDEREGGER, Roger; BÄTZING, Werner. Second homes in the Alpine Region. On the interplay between leisure, tourism, outmigration and second homes in the Alps. *Journal of Alpine Research| Revue de géographie alpine*, n. Hors-Série, 2013.

SOUCHAUD, Sylvain. A confecção: nicho étnico ou nicho econômico para a imigração latino-americana em São Paulo. *Imigração Boliviana no Brasil*, Baeninger, R. (org). Campinas: Núcleo de Estudos da População-Nepo/Unicamp, Unfpa, 2012.

SOUZA, Maria Adélia. Ap. Território e lugar na metrópole—Revisitando São Paulo. In: CARLOS, Ana Fani A. & OLIVEIRA, Ariovaldo U. *Geografias de São Pulo-a metrópole do século XXI*. São Paulo: Contexto, 2004.

STEFANELLI, Mércia Maria CRUZ; BASTOS, S. M. *Missão Paz: Lugar de Hospitalidade e Acolhimento aos I-Migrantes na Cidade de São Paulo*. Rosa dos Ventos, v. 8, n. 3, p. 256-273, 2016.

TAKAKI, Ronald T. *Ethnic islands: the emergence of urban Chinese America*. Chelsea House Pub, 1994.

TELES, Reinaldo Miranda de Sá. *Turismo urbano na cidade de São Paulo: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria*. 2006. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2006.

TIMOTHY, Dallen. Tourism and the growth of urban ethnic islands. In: *Tourism and Migration*. Springer, Dordrecht, p. 135-151, 2002.

TOLIA-KELLY D. Mobility/stability: British Asian cultures of `landscape and Englishness. *Environment and Planning*, v.38, 341-358, 2006.

TRENCH, Belkis; MACHADO, Tânia Lisboa; COPPEDÊ, Dulce. O Bom Retiro: Além, muito além das fronteiras da José Paulino. *Imaginário e Arte* ano XIII/XIV. Número 17/18 julho a dezembro de 2008/janeiro a junho de 2009 ISSN 1413-666x, p. 45, 2009.

TRINH VO, Linda; YU DANICO, Mary. The formation of post-suburban communities: Koreatown and Little Saigon, Orange County. *International Journal of Sociology and Social Policy*, v. 24, n. 7/8, p. 15-45, 2004.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, n. 27, p.143-166, 2001.

WALLACE, Emily; POLLOCK, Kristina; HORTH Brandon; CARTY, SIOBHAN; ELYAS, Nathalie. Los Angeles Tourism. A domestic and International Analysis. Maio 2014. Disponível em: http://www.lachamber.com/clientuploads/Global_Programs/WTW/2014/LATourism_LMU_May2014.pdf . Acesso em 21 abril de 2019

WANG, Ning. Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of tourism research*, v. 26, n. 2, p. 349-370, 1999.

WEBER, Roswithia. Mosaico identitário: história, identidade e turismo nos municípios da Rota Romântica-RS, Tese doutorado, 310 p., Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

WEIDENFELD, Adi. Tourism and cross border regional innovation systems. *Annals of Tourism Research*, v. 42, p. 191-213, 2013.

WHATMORE, Sarah. *Hybrid geographies: Natures cultures spaces*. Sage, 2002.

WILLIAMS, Allan M.; HALL, C. Michael. Tourism and migration: new relationships between production and consumption. *Tourism geographies*, v. 2, n. 1, p. 5-27, 2000.

WONG, Kee Mun; MUSA, Ghazali. Retirement motivation among ‘Malaysia my second home’ participants. *Tourism Management*, v. 40, p. 141-154, 2014.

WOOD, Robert E. Ethnic tourism, the state, and cultural change in Southeast Asia. *Annals of Tourism Research*, v. 11, n. 3, p. 353-374, 1984.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. *Tourism Highlights*, 2018 Edition. *International Tourism Trends*, 2017. Disponível em: < <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>>. Acesso em: 14 de dezembro de 2018.

WILSON, Tamar Diana. Economic and social impacts of tourism in Mexico. *Latin American Perspectives*, v. 35, n. 3, p. 37-52, 2008.

YANG, Eun Mi. A geração 1.5 dos imigrantes coreanos em São Paulo: identidade, alteridade e educação. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2011.

YEOH, Brenda SA et al. Tourism in Singapore: An overview of policies and issues. Chapter, v. 1, p. 3-15, 2002.

YUH, Ji-Yeon. Beyond the shadow of camptown: Korean military brides in America. NYU Press, 2002.

TEO, Peggy. Assessing socio-cultural impacts: The case of Singapore. Tourism Management, v. 15, n. 2, p. 126-136, 1994.

TEO, Peggy; HUANG, Shirlena. Tourism and heritage conservation in Singapore. Annals of Tourism Research, v. 22, n. 3, p. 589-615, 1995.

TOURISM & CONVENTION BOARD. Discover Los Angeles. LATMD Overview, 2019. Disponível em: <<https://tmd.discoverlosangeles.com/content/latmd-overview>>. Acesso em: 08 de maio de 2019.

TRIP ADVISOR, 2019. São Paulo: melhores atrações. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303631-Activities-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html>. Acesso em: 24 de maio de 2019.

TRIP ADVISOR, 2019. Fresh Cake Factory. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g303631-d11796151-Reviews-Fresh_Cake_Factory-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html>. Acesso em: 22 de maio de 2019.

TRIP ADVISOR, 2019. Restaurante Dare. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g303631-d12895817-Reviews-Restaurante_Dare-Sao_Paulo_State_of_Sao_Paulo.html>. Acesso em: 22 de maio de 2019.

TRUZZI, Oswaldo. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. Estudos Históricos. Centro de pesquisa e documentação de história contemporânea do Brasil (CPDOC). Rio de Janeiro, n. 28, p.143-166, 2001.

URRY, John. The tourist gaze. Sage, 2002.

URRY, John. Theconsumption'of tourism. Sociology, v. 24, n. 1, p. 23-35, 1990.

UNITED NATIONS. (United Nations Dev. Programme). 2013. Human Development Report. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World. New York: UNDP

URRY, John. Mobile sociology. The British journal of sociology, v. 51, n. 1, p. 185-203, 2000.

URRY, John. Globalising the tourist gaze. Tourism development revisited: Concepts, issues and paradigms, p. 150-160, 2001.

URRY, John. Consuming places. Routledge, 2002.

URRY, John. Mobilities. Polity, 2007.

URRY, John. Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century. Routledge, 2012.

URRY, John. Mobilities: new perspectives on transport and society. Routledge, 2016.

VALDUGA, Vander. Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi-1870 a 1960 (RS/Brasil), 2011.

VARGAS, Heliana Comin. Turismo urbano: uma nova indústria motriz. Boletim dos Cursos de Turismo, 1996.

_____, Heliana Comin. Turismo urbano: a cidade enquanto produto. Encontro Nacional da ANPUR, VII, 1997.

_____, Heliana Comin. Turismo e valorização do lugar. Revista Turismo em Análise, v. 9, n. 1, p. 7-19, 1998.

_____, Heliana Comin. Turismo nos grandes centros urbanos—. Texto publicado nos anais do IV Encontro Nacional de Turismo, Joinville, SC, 2000.

VERSTRAETE, G. E. E. Technological frontiers and the politics of mobility in the European Union. New Formations: A Journal of Culture/Theory/Politics, p. 26-43, 2001.

VISENTINI, Paulo G. Fagundes; PEREIRA, Analúcia Danilevicz; MELCHIONNA, Helena Hoppen. A Revolução Coreana: o desconhecido socialismo Zuche. SciELO-Editora UNESP, 2018.

VENCESLAU, Pedro. Doria quer revitalizar e mudar nome de bairro para “Bom Retiro Little Seul”. Estadão, 2017. Disponível em: < <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,doria-quer-revitalizar-bom-retiro-e-mudar-nome-para-bom-retiro-little-seul,70001736986>>. Acesso em 14 de janeiro de 2018.

ZUKIN, Sharon. Landscapes of power. Berkeley, 1991.

ZUKIN, Sharon. Landscapes of power: from Detroit to Disney World. Univ of California Press, 1993.

ZUKIN, Sharon. The cultures of cities Blackwell. Cambridge MA, 1995.

ZUKIN, Sharon. Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption. Urban studies, v. 35, n. 5-6, p. 825-839, 1998.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Perguntas aos entrevistados proprietários das *bakeries*:

1. Você nasceu na Coreia ou aqui no Brasil?
2. Qual foi a sua motivação na escolha do negócio (*bakerie*)?
3. A sua loja passou por reformas recentemente. Que lugar lhe inspirou no layout da loja?
4. Os produtos que você vende, eles são iguais ao que servem na Coreia do Sul?
5. Você faz alguma adaptação para o paladar do brasileiro?
6. Você percebe quem mais frequenta a sua loja? Brasileiros ou coreanos?
7. E os brasileiros frequentam mais aos fins de semana ou durante a semana?
8. Qual a sua percepção sobre o bairro do Bom Retiro?
9. Você acha que tem muitos coreanos que ainda trabalham com confecção no bairro?
10. Você lembra que o ex-prefeito da cidade fez um comentário no início do mandato dele em que ele trabalharia para o Bom Retiro virar uma Little Seul? Você entende o que isso significa? Que você acha disso?
11. Qual a sua opinião sobre a atuação da prefeitura no bairro?

APÊNDICE B – Perguntas ao representante público

1. O senhor criou o projeto de lei que instituiu o dia da Cultura Coreana. Por que essa lei foi criada relacionada aos coreanos?
2. Como o senhor avalia o papel do poder público no apoio institucional em relação aos imigrantes da cidade de São Paulo?
3. Como o senhor avalia a atuação da prefeitura e no seu caso, na legislação, no que se refere às leis que contribuam na melhoria da região central e mais especificamente o Bom Retiro?
4. Existe algum projeto que envolva o poder público e a comunidade coreana?
5. O que o senhor acha da proposta do ex-prefeito que foi feita no início do mandato dele sobre mudar o nome do bairro do Bom Retiro para Little Seul?

APÊNDICE C – Perguntas aos moradores do Bom Retiro

1. Onde você nasceu?
2. Há quanto tempo você vive no bairro?
3. O que você acha do Bom Retiro?
4. Quais as vantagens e desvantagens de morar no bairro?
5. Quem você percebe que frequenta o Bom Retiro?
6. Você vai todas as suas atividades por aqui?
7. Gostaria que você me falasse o que você pensa ao ver essas fotos?

APÊNDICE D – Perguntas ao presidente da Associação Brasileira de Coreanos

1. Qual o papel da Associação Brasileira dos Coreanos? Como é realizada a eleição do presidente?
2. Quais os projetos para a comunidade coreana em São Paulo?
3. A entidade possui algum auxílio do governo da Coreia do Sul?
4. Quais as transformações que o senhor percebeu nos últimos anos em relação aos coreanos que vivem em São Paulo?
5. Qual a sua percepção em relação às atividades econômicas desenvolvidas pela comunidade coreana no Bom Retiro (confeção, cafés, restaurantes)?
6. Qual a sua opinião sobre a troca do nome do Bom Retiro por Little Seul, defendida um ano atrás pelo ex-prefeito da cidade?
7. O senhor tem apoio do consulado para a realização do Festival da Cultura Coreana?
8. Quem organiza esse evento e de onde vem o apoio financeiro?
9. O senhor, como presidente da Associação, defende algum tipo de projeto que valorize o legado da comunidade coreana no Bom Retiro?
10. Como o senhor avalia as políticas públicas implantadas no bairro?

APÊNDICE E – Perguntas direcionadas à diretora do Centro Cultural *Hallyu*

1. Onde você nasceu?
2. Qual o papel do Centro Cultural?

3. Você recebe algum tipo de ajuda do governo sul-americano através do consulado?
4. Quantos alunos tem a sua escola de língua coreana?
5. Qual a sua percepção sobre o Bom Retiro?
6. Como você percebe a coesão dos coreanos no que se refere à comunicação, cooperação e senso de grupo?
7. O que você acha da atuação do poder público no bairro? Segurança, zeladoria, etc.
8. Qual a sua opinião sobre a proposta do ex-prefeito sobre a mudança do nome do bairro para Little Seul?

APÊNDICE F – Perguntas aos visitantes do Bom Retiro.

1. Em que lugar você mora?
2. Por que você veio aqui no Bom Retiro?
3. Quais os lugares que você já visitou no bairro?
4. Por que você escolheu este lugar especificamente para entrar?
5. O que mais lhe chamou a atenção neste ambiente?
6. O que você acha do Bom Retiro?
7. Você pretende visitar quais lugares?

APÊNDICE G – Nomes dos entrevistados: empreendedores, moradores e visitantes / turistas

Empreendedores coreanos

- ✓ Yoo Na Kim - presidente do Centro Cultural *Hallyu* – Rua Guarani, 149 – Bom Retiro
- ✓ Sr. Kwon, Young Sang – diretor do Centro Cultural Coreano – Avenida Paulista, 460 – Bela Vista
- ✓ Marcelo Choi – presidente da Associação de Coreanos no Brasil – Rua dos Parecis, 107 – Cambuci
- ✓ Fabiano Kim – proprietário da Bellapan – Rua Prates, 563 – Bom Retiro
- ✓ Marcelo – proprietário da Fresh Cake Factory – Rua Prates, 599 – Bom Retiro

Moradores coreano do Bom Retiro

- ✓ Ana Hu – advogada
- ✓ Samuel Shin – arquiteto
- ✓ Ricardo Kim – cabelereiro
- ✓ Youn Jo Kim

Visitantes e turistas

- ✓ Alessandra Borba
- ✓ Bianca
- ✓ Camila Aquino
- ✓ Endaira Lopes
- ✓ Izabela Kora
- ✓ Mônica Oliveira
- ✓ Priscila
- ✓ Thalia Santos
- ✓ Bernardo Alves
- ✓ Lizzie