

Os novos fluxos midiáticos da cultura *pop* coreana

Marco André Vinhas de Souza

Youna Kim (ed.) The Korean Wave:
Korean Media Go Global
(Internationalizing Media Studies).
Londres/New York: Routledge,
250 p., 2013.



Resumo: A cultura pop sul-coreana é um dos mais importantes fenômenos midiáticos contemporâneos. Nos ensaios que compõem o livro *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, pesquisadores de diferentes nacionalidades investigam os principais produtos, as características singulares e os processos de formação dele advindos, organizando um painel detalhado que analisa e comprova a presença e a importância desse fenômeno no mundo atual.

Palavras-chave: mídia; cultura pop; Coreia do Sul.

Abstract: *The new mediatic flows of South Korean pop culture.* – The South Korean pop culture is one of the most important contemporary *media* phenomena. In the essays that comprise the book *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, researchers of different nationalities investigate its main products, the unique characteristics and the formation processes, by organizing a comprehensive panel that examines and verifies the presence and importance of this phenomenon in the world today.

Keywords: *media*; pop culture; South Korea.

A música *Gangman Style* do rapper Psy foi o primeiro vídeoclipe sul-coreano a alcançar mais de dois bilhões de acessos no YouTube. De fato, é considerado o primeiro vídeo a conquistar tal marca, e este é apenas um dos acontecimentos que servem como

indício concreto do desenvolvimento da cultura pop coreana¹. A primeira década do século XXI estabeleceu, progressivamente, um processo comunicacional de consumo internacionalizado, em que vários países asiáticos como o Japão, a China, a Indonésia, a Tailândia e o Vietnã absorveram a cultura pop coreana, a agregaram à dinâmica de suas próprias culturas e sofreram uma série de influências dessa presença coreana. Telenovelas, filmes, músicas, livros, quadrinhos, games, comidas, cosméticos, modas, produtos de tecnologia digital saíram da Coreia do Sul e foram, pouco a pouco, penetrando não apenas em outros países asiáticos mas em países da Oceania, da Europa, da América do Norte, da África e da América Latina. Políticas e práticas direcionadas impulsionaram um crescimento que tinha como meta estabelecer a produção cultural sul-coreana em níveis de reconhecimento e aceitação nacionais e internacionais.

A evolução desse fenômeno de transnacionalismo cultural envolve a formação da chamada Onda Coreana ou o chamado Hallyu (termo cunhado pela mídia chinesa que significa “o fluxo da Coreia”). Cronologicamente, a deflagração do Hallyu costuma ser referida ao sucesso interno e externo do filme *Shiri* (1999) e da telenovela *Winter Sonata* (2002). No entanto, não se pode reduzir esta onda a tais produtos, uma vez que o boom coreano emerge da história sul-coreana como um todo. A queda do regime militar que controlava a Coreia do Sul e o processo de redemocratização entre as décadas de 1980 e 1990 determinaram a flexibilização das leis que limitavam a entrada de conteúdos estrangeiros de informação. Junto com a entrada de todo tipo de produto cultural estrangeiro, o fato determinou o fortalecimento e a diversificação da produção da cultura coreana. O contato com as culturas estrangeiras abriu a Coreia do Sul para uma série de influências que alargaram e enriqueceram as particularidades da criação cultural coreana. O processo acirrou-se com a crise dos Tigres Asiáticos, no final da década de 1990, quando os coreanos entraram decididamente numa fase capitalista, que demandava avolumar o diminuto mercado interno e passar à exportação.

A partir de então, o governo e os empresários sul-coreanos investiram nos potenciais de exportação da cultura pop e na organização de uma indústria cultural direcionada para países vizinhos, ainda incapazes de produzir cultura de grande penetração interna, caso do Japão e da China, e sem acesso aos caros produtos originais americanos e japoneses. O esforço conjunto de empresários e governantes para transformar a cultura nacional em um produto a ser ofertado nos mercados externos para incrementar a economia sul-coreana originou o primeiro movimento da Onda Coreana, neste momento, ainda restrita à esfera asiática. Através de processos globais contemporâneos que envolveram desde a pirataria até as interligações instantâneas da internet, a Onda Coreana vive agora um segundo momento de inserção mundial.

A ascensão generalizada da cultura pop coreana fez surgir também um interesse dos observadores estrangeiros em analisar os diferentes aspectos de tal fenômeno.

¹ O videoclipe atual (*Hangover*) de Psy com o rapper americano Snoop Dogg está longe de alcançar tal marca, mas, mesmo assim já acumula um número que chega a quase duzentos milhões de acessos.

O aumento da popularidade do ídolo *pop* Psy determinou o aumento de trabalhos acadêmicos voltados à compreensão do Hallyu. A publicação de *The Korean Wave: Korean Media Go Global* vem na esteira desse interesse crescente. Editado por Youna Kim, professora de Comunicações Globais da Universidade Americana de Paris, o livro, dividido em três partes (1-Poder e políticas do global, 2-Mídia popular e cultura digital móvel, 3-Perspectivas dentro/fora), constitui-se numa reunião de quatorze ensaios de diferentes autores. Inclui uma variada gama de análises e pontos de vista acerca da cultura *pop* coreana, com informações e referências detalhadas que permitem uma visão de várias questões atinentes ao impacto cultural e à política orientada do Hallyu. Assinado pela organizadora, o texto introdutório destaca a importância geral do livro no plano dos estudos contemporâneos sobre mídia e comunicação e seu interesse particular para a compreensão da cultura *pop* coreana no âmbito multifacetado atual dos processos midiáticos globais.

The Korean Wave prima pela diversificação das matérias, com ensaios que tratam das temáticas distintas do Hallyu através de indagações sociais, culturais, econômicas, políticas e globais. No conjunto das intervenções, alguns ensaios como “K-Pop Dance Trackers and Cover Dancers: Global Cosmopolitanization and Local Spatialization” de Liew Kai Khiun e “Re-Worlding Culture? YouTube as a K-Pop Interlocutor” de Kent A. Ono e Jungmin Kwon, que mostram como a música *pop* coreana (K-Pop) é uma espécie de meme musical e visual, e como as tecnologias de compartilhamento como o YouTube permitem uma maior visibilidade e uma maior intensidade participativa dos fãs do K-Pop. “Negotiating identity and power in transnational cultural consumption : Korean American youths and the Korean Wave” de Jung-Sun Park e “Digitization and online cultures of the Korean Wave: East Asian virtual community in Europe” de Sang-Yeon Sung, expõem os valores agregados à cultura nacional por comunidades coreanas baseadas nos Estados Unidos e na Europa. “Korean media in a digital cosmopolitan world” de Youna Kim, “Korean Wave and inter-Asian referencing” de Koichi Iwabuchi, “Reconfiguring media and empire” de Oliver Boyd-Barrett e “For the eyes of North Koreans? Politics of money and class in Boys over flowers” de Suk-Young Kim, mostram como as práticas cotidianas ligadas ao uso diário e corriqueiro das tecnologias digitais influenciam e reconstróem relações de comunicação e consumo, o que desperta gostos pessoais pelo Hallyu, até mesmo em pessoas sem nenhuma ligação com a Coreia. “The Korean Wave and global culture” de Yudhishthir Raj Isar relaciona o aumento do fluxo turístico rumo à Coreia do Sul à curiosidade dos visitantes em conhecer os estúdios e locações de telenovelas (K-Dramas) sul-coreanas famosas. Cada um dos ensaios funciona como uma peça de um grande mosaico que, gradualmente, vai tornando visível o grande quebra-cabeças montado por Hallyu.

Até a década de 1990, o idioma coreano não tinha palavras específicas para designar termos como “cultura popular” ou “cultura *pop*”. Não por acaso, a incorporação de tais termos à gramática sul-coreana evolui com a formação do projeto do Hallyu. Neste sentido, um dos maiores méritos das perspectivas teóricas e dos estudos de caso fundamentados

em *The Korean Wave* é tornar perceptível a combinação entre direcionamento, espontaneidade e criatividade como base do sucesso e da expansão da cultura *pop* em questão. O livro enfoca ainda a capacidade do Hallyu de alcançar novas possibilidades nos fluxos de um mundo cosmopolita digital.

Em suma, assim como a década de 1960 trouxe a constituição do campo de estudos culturais britânicos através de pesquisas sobre a cultura de massas do pós Segunda Guerra Mundial, a Onda Coreana pode contribuir para a emergência de um novo campo de estudos na área da Comunicação. O mosaico de *The Korean Wave: Korean Media Go Global* deixa claro que conhecer contextos culturais diferentes possibilita o aprofundamento de investigações acadêmicas sobre as especificidades dos fenômenos midiáticos característicos da contemporaneidade.

Marco André Vinhas de Souza é professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, doutor em comunicação e semiótica e pesquisador do Centro de Estudos Orientais da PUC-SP.

eugenidis@hotmail.com