

297 SOUZA, M. A. V. Os novos fluxos midiáticos da cultura *pop* coreana. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 29, p. 297-300, jun. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015104>

# 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* coreana<sup>1</sup>. 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.

<sup>1</sup> 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