

POTÊNCIAS HÍBRIDAS: UMA ANÁLISE DA CULTURA POP SUL COREANA COMO ARTE EM CAMPO AMPLIADO NA INDÚSTRIA CULTURAL

Guilherme Henrique Bernardi Martins¹
Juliana Maria Greca²

RESUMO: Este trabalho traz a pesquisa que acompanhou a monografia apresentada ao curso de Especialização em Artes Híbridas da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2017) e tem o intuito de levantar uma discussão sobre as possibilidades de hibridismos da arte inserida em contextos comerciais de cultura de massas. Dá-se a partir da análise do contexto da cultura pop sul coreana através dos conceitos de indústria cultural e cultura de massas de Adorno e Horkheimer, arte em campo ampliado de Rosalind Krauss relacionado à hibridização artística e cultural, como também aborda o panorama histórico da cultura pop sul coreana. Perpassa sobre o que é a cultura pop sul coreana, sua trajetória, seguido de contextualizações das concepções criadas pelos autores supracitados. A pesquisa propõe reflexões acerca das possibilidades de estudos sobre a trajetória cultural da Coreia do Sul, tecendo imbricações com a produção artística no contexto contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Cultural. Campo Ampliado. Arte Híbrida. Cultura Pop. Coreia do Sul.

HYBRID POTENCIES: AN ANALYSIS OF SOUTH KOREAN POP CULTURE AS ART IN THE EXPANDED FIELD IN THE CULTURE INDUSTRY

ABSTRACT: This paper brings the research that follows a monography presented to the Specialization course in Hybrid Arts of the Federal Technological University of Paraná (2017), it aims to raise a discussion about the possibilities of hybridism in art inserted in commercial contexts of mass culture. It is based on the analysis of South Korean pop culture's context, through the concepts of cultural industry and mass culture of Adorno and Horkheimer, Rosalind Krauss's art in the expanded field related to artistic and cultural hybridization, and the historical panorama of the South Korea's Pop Culture. Crosses what is the South Korea's pop culture, its trajectory, followed by contextualization about the already cited author's conceptions. The research proposes reflections about possibilities in studies on the cultural trajectory of South Korea, weaving overlaps with the artistic production in the contemporary context.

KEYWORDS: Culture Industry. Expanded Field. Hybrid Arts. Pop Culture. South Korea.

209

1 Pós-graduado no curso de Especialização em Artes Híbridas pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2017), possui graduação em Fotografia pela Universidade Positivo (2015) e é graduando no curso de Bacharelado e Licenciatura em Dança pela Universidade Estadual do Paraná. Email: guibernardim@gmail.com

2 Mestre em Artes pela Universidade do Estado de Santa Catarina (2016), pós-graduada no curso de Especialização em Estudos Contemporâneos em Dança pela Universidade Federal da Bahia (2013) e no curso de Especialização Fundamentos do Ensino da Arte pela Faculdade de Artes do Paraná (2003), possui graduação em Licenciatura em Educação Física pela Universidade Federal do Paraná (2001) e é graduanda no curso de Bacharelado em Dança pela Universidade Estadual do Paraná. Email: julianagreca@utfpr.edu.br

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, produtos da indústria cultural sul coreana vêm aparecendo nas mídias internacionais com mais frequência. Filmes, novelas, músicas, videoclipes e shows se espalhando ao redor do globo. Com início nos anos noventa, a expansão da cultura pop sul coreana, denominada *Korean Wave* ou em coreano *Hallyu*, teve início no leste asiático³ e a partir da mudança de década para a atual se tornou globalizada.

A cultura pop⁴ sul coreana é dividida, primordialmente, em três áreas artísticas: Cinema, novelas televisivas e música pop (também denominada *KPop*). Até meados dos anos 2000, as novelas televisivas foram o maior produto de exportação cultural, devido à proximidade cultural existente entre os países do leste asiático. Segundo Beng Huat⁵ (2010), esse movimento de exportação cultural desencadeou-se em relação à falta de monumentos ou paisagens urbanas icônicas⁶ e reconhecíveis nas cidades sul coreanas, somada às estratégias de dublagem em outras linguagens, estes recursos possibilitam aos países vizinhos maior identificação com as histórias das novelas e a apropriação das mesmas como se passassem em seus próprios países.

Sendo assim, o foco dessa pesquisa é a música pop da Coreia do Sul, discutindo-a como possibilidade de arte híbrida inserida no panorama da indústria cultural local.

Na década de 2010, a música pop se tornou o principal produto de consumo da cultura pop sul coreana, de acordo com Doobo Shim⁷ (2011) as novas mídias digitais, como YouTube, Facebook e sites de compartilhamento de arquivos, proporcionaram outros modos de apreciação de uma música, a qual solicita de seu ouvinte uma demanda de tempo substancialmente inferior ao de um filme ou episódio de novela, sendo que: “O tempo de

3 Leste asiático refere-se a Japão, China, Coreia do Sul, Coreia do Norte, Taiwan e Mongólia.

4 Termo traduzido diretamente dos autores Shim e Huat.

5 Chua Beng Huat é um sociólogo cingapuriano PhD em sociologia pela Universidade de York, em Toronto, Canada.

6 Tais monumentos e paisagens se referem a prédios e lugares internacionalmente reconhecíveis, tais como a Torre de Tóquio no Japão e Times Square em Nova Iorque.

7 Doobo Shim é professor da Sungshin Women's University em Seoul, Coreia do Sul, e PhD em filosofia pela Universidade do Wisconsin-Madison em Madison, Estados Unidos.

apreciação é relativamente breve, uma duração de alguns minutos por música.”⁸ (HUAT, 2010, p. 16). Não necessitando de um comprometimento de tempo longo para apreciação, como as novelas.

A cena musical sul coreana era fraca antes dos anos noventa, mas após o fim das restrições coreanas contra viagens internacionais e proteção contra produtoras internacionais, e com a popularização das antenas por satélite, a população coreana teve acesso ao panorama global da cena pop musical, tanto oriental quando ocidental, e criaram uma demanda por uma transformação dos artistas locais. Com o surgimento de uma nova cena musical, influenciada pela cultura ocidental, principalmente pela norte americana e europeia, iniciou-se a criação de grupos musicas nos formatos de *Boy Band* e *Girl Band*⁹. O grupo Seo Taiji and Boys, em 1992, foi responsável pela consolidação dos processos de fabricação de tais formatos, sua popularidade “[...] foi baseada numa inovadora hibridação da música”¹⁰ (SHIM, 2011, p.12), entre estilos musicais além do pop, como rap, soul, rock, techno, entre outros, e a dança, que se tornou um pré-requisito para membros dos diversos grupos que os sucederam (SHIM, 2011).

Somente no período entre 2005 e 2013, mais de 240 grupos debutaram¹¹ nas mídias coreanas¹². De acordo com o site da Billboard (BENJAMIN, 2016) foram realizados mais de 340 shows de artistas coreanos fora de países do leste asiático, principalmente na América do Norte e no sudeste asiático¹³. Em 2011, um show organizado pela SM Entertainment em Paris, o *SM Town Live World Tour* que reúne diversos artistas registrados pela empresa, teve todos os ingressos esgotados em menos de 15 minutos de vendas, o que levou centenas de fãs a realizarem um *flash mob* em frente ao museu do Louvre pedindo por um segundo show (SHIM, 2011). Números como esses mostram a popularidade

8 “The listening time is relatively very brief, a duration of a few minutes per song.” (HUAT, 2010, p. 16).

9 Segundo o dicionário de Cambridge (2017), Boy Band é um grupo musical pop composto de homens que cantam e dançam, o equivalente feminino é chamado de Girl Band.

10 “was based on innovative hybridization of music.” (SHIM, 2011, p.12).

11 Termo utilizado pelas mídias sul coreanas significando a primeira apresentação oficial do grupo.

12 244 Idol Groups Debuted in the Last 9 Years?! How Many Can You Name? 2013. Disponível em: <<http://www.kpopstarz.com/articles/41923/20130918/244-idol-groups-debuted-last-nine-years.htm>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

13 Sudeste Asiático é composto por Brunei, Camboja, Filipinas, Indonésia, Laos, Malásia, Mianmar, Cingapura, Tailândia, Timor Leste e Vietnã.

que o KPop vem adquirindo na última década, porém vale ressaltar que, embora seja uma manifestação reconhecida socialmente, ainda há muito que se discutir sobre suas imbricações culturais. Portanto, esse artigo se apresenta como uma iniciativa de incluir o KPop no contexto teórico dos estudos culturais ocidentais, uma vez que o Pop Sul Coreano se apresenta contaminado pelas lógicas de produção e consumo ocidental.

O processo de criação, reprodução e popularização dos grupos está intrinsecamente ligado ao processo de globalização. Não se diferenciando enquanto conteúdo de outras culturas, que também se servem da lógica de grupos dentro de ambiente comercial pop, mas em processo e formato, sendo uma abordagem única à cultura coreana. “Toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a armadura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100), significando que o produto final do KPop se assemelha a diversas outras produções pop de outras culturas, mas os caminhos e relações criadas para obtenção deste produto se tornam exclusivos da cultura sul coreana.

A relação criada entre dança e música no KPop acontece, principalmente, no produto final. Durante a fase de produção são levadas em linhas separadas, mas ainda levando em conta a existência uma da outra e a necessidade de um produto final unificado. Analisando exclusivamente o estilo musical, são diversas vertentes da música Pop que se apropriam, momentaneamente, de outros estilos. Pensando em dança, se categoriza como uma vertente dentro do que o Hip Hop enquadra como *videodance*, que são as danças de rua que foram adaptadas para dentro dos videoclipes. Mas, o produto ‘KPop’ se dá na expansão da área da música sobre a dança, no que Rosalind Krauss¹⁴ (2008) define como “Campo cultural”.

O objetivo desta pesquisa é levantar a seguinte discussão: É possível, dentro de um contexto comercial de cultura de massas, a existência de uma arte híbrida, ou com aspectos de hibridismo? O fato de se tratar de um ambiente comercial de cultura de massas chega a ter influência na existência desta arte? Neste artigo, a questão do hibridismo será correlacionada com o conceito de arte em campo ampliado (ou expandido) de Rosalind

14 Rosalind Epstein Krauss é crítica, teoria e professora de arte moderna e contemporânea na Universidade da Columbia, Nova Iorque, Estados Unidos, é PhD pela Universidade de Harvard.

Krauss (2008). Nos dois próximos tópicos do artigo serão apresentados os conceitos de “campo ampliado”, “indústria cultural” e “cultura de massas”, seguido de um tópico de discussão das relações entre tais conceitos e a música pop sul coreana.

A EXPANSÃO NO CAMPO ARTÍSTICO

No artigo *Escultura no campo ampliado*, Rosalind Krauss (2008) inaugura o conceito de arte em campo ampliado (ou expandido), afirmando que categorias artísticas, como escultura e pintura, são e estão presentes em campos artísticos. Partindo de uma perspectiva sistêmica (VIEIRA, 2000) cada campo artístico é um sistema, que contem subsistemas compostos de outros campos e pertencem a um campo maior. Exemplificando: Escultura está presente no sistema das Artes Visuais, o qual possui em si os sistemas Clássica, Gótica, Minimalista, entre outros.

Cada campo possui aspectos chave e, de acordo com o enquadramento de cada um, dá-se a localização específica do subsistema abordado. Entretanto, como os artistas têm se apropriando de questões referentes a múltiplos campos, criou-se “[...] um tipo de ‘arte intermediária’ – cujos objetos, embora se situassem dentro de determinados meios ou linguagens, requeriam termos interpretativos dos demais meios que a ela se relacionassem.” (ZONNO, 2008, p. 1208). Dando-se, então, arte em campo ampliado, que extrapola os limites do seu próprio campo, utilizando-se de aspectos que não lhe são originalmente próprios, mas que se mantêm ainda definidos e respaldados pela sua forma de origem.

Krauss (2008) também ressalta que as possibilidades desta ampliação não são ilimitadas, “[...] o campo estabelece tanto um conjunto ampliado, porém finito, de posições relacionadas para determinado artista ocupar.” (KRAUSS, 2008, p.36), pois o campo é gerado na relação de oposição dos aspectos que o compõe, como, aplicando a dança, a musicalidade e a não-musicalidade. Os trabalhos artísticos, necessariamente, se enquadram dentro de tais aspectos, por isso a limitação.

As obras em campo ampliado vivenciam um “*entrelugar*” (ZONNO, 2008, p. 1209), que para a autora representa um posicionamento entre disciplinas artísticas, em que também podem ser chamadas de obras híbridas, se apropriando de diversas disciplinas.

Segundo Louppe¹⁵ (2000) hibridação surge da subversão e deslocamento dos aspectos essenciais de algo, seus genes, dando origem a uma aberração¹⁶, a autora exemplifica esse pensamento descrevendo-o em uma abordagem artística: “A hibridação evoca as figuras polimorfas imaginadas por Philippe Decouflé¹⁷ que participam, ao mesmo tempo, do mundo mineral, vegetal, animal e maquinal.” (LOUPPE, 2000, p.30-31), algo híbrido está presente nas diversas áreas que se utiliza tão como está entre elas. Como o videodança¹⁸, que surgiu na dissolução de fronteiras entre as artes audiovisuais e a dança e se firmou como uma disciplina artística independente e híbrida.

Fabiola Zonno¹⁹ aponta, ainda, outros aspectos da arte neste *entrelugar*:

Trata-se não só da contaminação *entre* as disciplinas artísticas, mas também de uma renúncia por parte dos artistas à posição central no processo de feitura da obra: o artista não só multiplica-se no processo de criação como dissemos, mas também dá voz a uma “colagem de agentes”, uma abertura para incorporar o público, o sítio, a indeterminação de agentes externos, e mesmo uma multiplicidade de narrativas que lhe são disponíveis diante de um determinado contexto que se lhe apresente como oportunidade para atuação. (ZONNO, 2008, p. 1209-1210).

Esta “colagem de agentes” está muito presente nas obras artísticas produzidas nas últimas décadas, a partir do momento em que a arte saiu da sala de exposição e do palco italiano, são adicionados cada vez mais agentes no processo, inclusive com a terceirização de partes da produção da obra de arte, fato que será explorado e relacionado melhor nos próximos dois tópicos.

15 Laurence Louppe nasceu na França, foi uma escritora, crítica e historiadora da dança.

16 Aberração utilizada aqui com o sentido de “desvio do que é considerado padrão”.

17 Philippe Decouflé é coreógrafo, dançarino, mímico diretor de teatro e artista plástico francês.

18 Videodança é diferente do já citado *videodance*, “A videodança é um produto híbrido realizado com a mistura entre o audiovisual e a dança e tem como principal elemento o movimento. É diferente do mero registro documental de um espetáculo porque pressupõe uma adaptação do que é captado do palco para a linguagem televisiva ou a criação de danças concebidas especialmente para a projeção na tela. Isso significa que os movimentos da câmera – *travellings*, panorâmicas, *zoom in*, *zoom out* –, assim como a escolha dos planos, a montagem e a edição das cenas são tão importantes para o resultado final quanto os movimentos capturados pelas lentes. Com isso, o vídeo deixa de ser apenas meio para se transformar em um “sistema de expressão”, conforme descreve o pesquisador Arlindo Machado. Apesar de adotar o termo “vídeo” em sua nomenclatura, a videodança pode ser produzida tanto no meio eletrônico e digital quanto em película cinematográfica.” (VIDEODANÇA, 2017).

19 Fabiola do Valle Zonno é arquiteta e urbanista formada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, é Mestre e Doutora em História Social da Cultura e leciona no Programa de Pós-Graduação em Arquitetura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Recapitulando: Arte em campo expandido acontece através “[...] de um campo de relações” (ZONNO, MELLO, 2006, p. 19) em que “[...] se caracteriza por um amplo experimentalismo e abertura entre as chamadas disciplinas artísticas.” (ZONNO, 2008, p. 1209), onde as obras se encontram, ao mesmo tempo, nas disciplinas artísticas e entre elas. Uma abordagem e possibilidade de hibridação das artes que se relaciona diretamente com os meios de produção e produtos da cultura pop sul coreana, mais especificamente o KPop, associação que será trazida em um capítulo posterior.

INDÚSTRIA CULTURAL E CULTURA DE MASSAS

Indústria cultural é um termo utilizado pela primeira vez pelos filósofos Theodor Adorno²⁰ e Max Horkheimer²¹ no livro *A Dialética do Esclarecimento* com o intuito de apontar a situação da arte na sociedade capitalista. O termo indústria cultura aborda os processos de transformações conceituais, rupturas e alienações epistemológicas imbricadas à produção artística, a qual passa a submeter-se e ser controlada por indústrias específicas:

Os dirigentes não estão mais sequer interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente de confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100).

215

O contexto da indústria cultural é globalizado e, segundo Armand Mattelart²² (2005), pós-fordista: “O pós-fordismo elimina barreiras. Ele cruza as escalas geográficas do local ao global, as esferas de atividades [...], a concepção, a produção e a logística de distribuição.”. A cultura se torna produto de exportação e importação, principalmente a cultura norte americana, “[...] promovidos explicitamente como vetores de um novo universalismo.” (MATELLART, 2005, p. 93), comercializada com a ideia de possuir uma vocação universal para a cultura de massas.

20 Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno era filósofo, sociólogo, musicólogo e compositor alemão. Foi um dos nomes mais notáveis da Escola de Frankfurt.

21 Max Horkheimer era filósofo e sociólogo alemão. Também foi um dos nomes mais notáveis da escola de Frankfurt.

22 Armand Mattelart é um sociólogo belga especializado em estudos da comunicação internacional.

É a partir dessa “venda cultural” que se potencializa a mistura entre culturas. De acordo com Bhabha²³ (1998) hibridismos culturais emergem em momentos de transformação histórica, e a transformação capitalista, junto à transformação das indústrias culturais, abrem portas para o que Mattelart (2005) chama de “sincretismo cultural”.

As massas consumidoras, ao mesmo tempo em que são modeladas por tais indústrias a consumirem produtos específicos, moldam os produtos produzidos às necessidades destes consumidores, “Cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105), em um ciclo de retroalimentação que se altera infinitamente.

Partindo dessas necessidades, que acabam se tornando dogmáticas, os produtos culturais acabam se diferenciando apenas em forma, não em conteúdo, “Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 103). Por fim “A indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 108) como maneira de assegurar a repetição de tais conteúdos.

A indústria cultural está essencialmente ligada à apropriação da cultura popular pelas culturas de massas. De acordo com Stuart Hall²⁴ (2003), a marcha para a modernização “[...] exigiu uma reorganização de capital e da estrutura da indústria cultural; o atrelamento a uma nova tecnologia e a novos processos de trabalho; o estabelecimento de [...] novos mercados culturais de massa” (HALL, 2003, p.251) para se adaptar a nova realidade da classe trabalhadora consumidora. As indústrias culturais se apropriam do que, para Hall (2003), se define por popular por envolverem as condições sociais das classes relacionadas às tradições das práticas de tal população, e as transformam em uma ideia mercadológica de popular: “Algo é ‘popular’ porque as massas o escutam, compram, lêem, consomem, e

23 Homi Bhabha nasceu na Índia e é um dos principais nomes sobre estudos sobre pós-colonialismo na atualidade.

24 Stuart Hall nasceu na Jamaica, era teórico cultural e sociólogo.

parecem apreciá-lo imensamente. Está é a definição comercial ou ‘de mercado’ do termo” (HALL, 2003, p. 253). As indústrias culturais tomam a cultura popular, as alteram e vendem como novos produtos às massas ainda se utilizando do conceito de popular.

O KPOP NO ENTRECruzAMENTO DE CONCEITOS

A cultura pop sul coreana, de maneira geral, se enquadra na indústria cultural, exemplificada pela forma em que os produtos culturais são formulados para atender as necessidades dos consumidores locais, mostrado com a mudança de formato após a popularização das antenas por satélite e a mudança de necessidades geradas pelo panorama musical global, e, mais recentemente, as mudanças que ocorreram para atender consumidores internacionais.

Muito antes de ser apresentado ao público e talvez se tornar famoso, o artista aprende a atender as necessidades e demandas da cultura de massa. Este processo ficou conhecido pelo nome de “programa de *trainees*²⁵” programa este que já existe em diversas empresas da indústria cultural e que visa garantir maior sucesso ao artista e maiores lucros às empresas. “Os talentos já pertencem à indústria muito antes mesmo de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 101), processo de fabricação que foi formado com base no sucesso do, já citado, grupo Seo Taiji and Boys, com o objetivo da reprodução de tal sucesso por outros grupos.

O alto número de grupos que surgem a cada ano mostra a “[...] necessidade social de seus produtos” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100). Aos consumidores, já foi antecipado o conteúdo do produto final, e este é esperado, “A técnica da indústria cultural levou apenas a padronização e a produção em série” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100), situação reforçada com o passar dos anos:

Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 119)

25 244 Idol Groups Debuted in the Last 9 Years?! How Many Can You Name? 2013. Disponível em: <<http://www.kpopstarz.com/articles/41923/20130918/244-idol-groups-debuted-last-nine-years.htm>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

A música pop sul coreana acaba se posicionando na expansão da música sobre a dança, utilizando-se de aspectos de ambas as áreas e, como já citado na introdução desse texto, a dança é parte importante no sucesso do formato de grupos pop sul coreano, levando inclusive que pais construam espaços para que seus filhos possam praticar dança (SHIM, 2011) tentando se inserir como no mercado musical sul coreano.

O processo de produção envolve uma multiplicidade de agentes, cada aspecto é trabalhado por uma equipe diferente, refletindo num produto final com diferentes narrativas, citado por Zonno (2008, p.1209) o artista não está mais “à posição central no processo de feitura da obra”, levando a um maior experimentalismo do formato final devido ao encontro de tais narrativas diferentes.

O KPop se serve de diferentes fontes de diversas áreas de arte e estilos dentro dessas artes, em “uma livre apropriação de imagens” (ZONNO, 2008, p. 1210) adaptando-os à música e, conseqüentemente, à dança, diferenciando a prática em si.

A maleabilidade nos estilos, advindos tanto de uma tendência nas indústrias culturais globais, como da prática da arte no campo ampliado, faz com que “o hibridismo se mostre em novas praticas de expressão cultural e performática”²⁶ (SHIM, 2011, p. 4), a principio surgindo como novidade, mas “Uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, ela passa a pertencer a ela assim como o participante da reforma agrária ao capitalismo.” (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p. 108-109) entrando no sistema de retroalimentação de necessidades entre consumidores e indústria.

Retomando a questão a qual esta pesquisa tem o intuito de levantar: É possível, dentro de um contexto comercial de cultura de massas, a existência de uma arte híbrida, ou com aspectos de hibridismo? Segundo Louppe (2000), o hibridismo é um fenômeno atípico, único e acidental, não acontece de modo controlado e, sendo o ambiente comercial um ambiente controlado, desde o processo de produção até a manipulação das necessidades das massas, pela indústria cultural, não seria possível uma arte verdadeiramente híbrida neste contexto. Para o hibridismo ocorrer de fato, precisa ser de maneira natural e não obedecendo a uma necessidade hierárquica que se impõe ao público e ao artista.

26 No original: “hybridity reveals itself as new practices of cultural and performative expression.”

Entretanto, considerando-se que “O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural.” (ADORNO, HORKHEIMER, 1985, p. 104), seria possível esta existência. Porque, uma vez os hibridismos nas artes sendo expostos ao mundo e sendo reconhecidos pelas indústrias culturais, estas passam a os utilizar e os transformar em mais uma estratégia de manipulação e venda, criando um mercado que necessita de obras que apresentem hibridismos com outras áreas.

Arte em campo expandido é uma abordagem possível de hibridismo entre disciplinas artísticas, sem, necessariamente, a obrigação da criação de uma nova “categoria artística”. Artistas se servem destes *entrelugares*, que, ao mesmo tempo, pertencem a todos os lugares de que se servem e a nenhum no campo artístico, para ampliar as possibilidades da sua arte levando em consideração o diálogo com uma realidade específica (ZONNO, MELLO, 2006), no caso, a realidade social e necessidades comerciais da Coreia do Sul.

Considerando a existência de uma arte híbrida em um contexto comercial de cultura de massas possível, questiona-se: O fato de se tratar de um ambiente comercial de cultura de massas chega a ter influência na existência desta arte? Tomando-se a abordagem de indústria cultural, toda forma de arte é moldada e alterada a partir das necessidades dos seus consumidores, como a música pop sul coreana é voltada inteiramente para o mercado, as necessidades dos consumidores, criadas e alteradas pela indústria, influenciam diretamente todo material produzido. Devido à globalização e ao acesso fácil a produtos culturais produzidos no mundo inteiro, o material é influenciado, não só pelo ambiente comercial local coreano, mas também pelos mercados globais aos quais, na última década, os artistas coreanos tentam alcançar. Analisando-se pela perspectiva sistêmica de Vieira (2000), o ambiente em que um sistema se encontra é, também, um fator do próprio sistema, então a colocação de uma arte híbrida em um ambiente comercial de cultura de massas torna este um fator na resultante desta arte e qualquer alteração feita a este ambiente influencia diretamente no resultante.

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), expressões artísticas externas a indústria cultural inevitavelmente acabam sendo assimiladas por ela. A cultura pop sul coreana já nasce enraizada na indústria cultural a partir do momento em que “Os coreanos se deram

conta que cultura pode ser tão lucrativa quanto semicondutores ou carros”²⁷ (SHIM, 2011, p. 7), sujeitando desde o início todos os artistas do contexto pop sul coreano às regras do mercado da cultura de massa, definindo toda a trajetória desses grupos pop pelo viés mercantil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há um senso comum que, erroneamente, divide a arte em dois tipos: Arte cultural, de “maior valor”, que tem importância na história das artes e arte comercial, meramente decorativa, de “menor importância”. Pensamento derivado de preconceitos dentro dos ambientes de arte em que os artistas rebaixam seus semelhantes por não concordar com seus meios de produção. Mas, seguindo o conceito de indústria cultural, em uma sociedade capitalista, toda arte é passível de apropriação, tornando-se comercial e vendível, sem nenhuma divisão de patamar entre tipos de arte. A cultura pop sul coreana assume este lugar do comercial, trabalhando e se potencializando dentro dele, sem ser considerada uma arte menor pelos seus produtores ou pelas massas que a consomem.

Ainda que a análise realizada seja breve, devido às dimensões que um artigo permite, o presente contribui para as questões ligadas as funções da arte imbricada a cultura de massas, visto que a arte é modelada como uma necessidade para os consumidores, também produzidos nas lógicas da indústria cultural. Convido o leitor, a partir deste texto, a refletir sobre quais as possibilidades de ação das artes híbridas dentro do panorama cultural do capitalismo neoliberal em que as indústrias culturais e as massas consumidoras estão inseridas. O estudo de tal panorama cria possibilidades de reapropriação das produções que vêm sendo vinculadas as culturas de massa, uma vez que desvelada a complexidade existente sobre os modos de atuação e impacto da cultura sobre os fazeres artísticos no viés mercantil.

27 “The Koreans have just begun to realize that culture can be as profitable as semiconductors or cars.” (SHIM, 2011, p. 7).

A cultura pop sul coreana, mais especificamente o KPop, acaba estando presente no meio de uma discussão de o que é uma arte híbrida ou não, se confirmando segundo alguns autores e se negando segundo outros, a função desta pesquisa não é bater o martelo e decidir a questão, mas justamente levantar estes pontos de semelhanças e diferenças segundo estes diversos autores.

A pesquisa se focou apenas na possibilidade de existência da arte em contextos comerciais de cultura de massas, mas abre a possibilidade de estudo sobre a trajetória cultural da Coreia do Sul, seus processos de colonização e de apropriações de culturas ocidentais. Sendo os países do leste asiático mais conservadores em questão de tradições e culturas, o que levou a Coreia a se abrir tão intensamente para a cultura ocidental a ponto de se apropriar da mesma lógica de produção dos países ocidentais? Em uma cultura com um histórico tão único e diferente do resto do mundo, é possível analisar os acontecimentos culturais a partir de conceitos ocidentais e reconhece-los atuantes nessa cultura?

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BHABHA, Homi K.. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BENJAMIN, Jeff. **K-Pop Concerts Continue to Grow Outside Asia**: Exclusive Infographic. 2016. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7350481/international-k-pop-concerts-growth-infographic>>. Acesso em: 29 de jun. 2018.

CAMBRIDGE Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Cambridge: Cambridge University Press, 2017.

HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do "popular". In: SOVIK, Liv (Org.). **Da Diáspora**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 247-264.

HUAT, Chua Beng. Korean Pop Culture. **Malaysian Journal Of Media Studies**, Malasia, v. 12, n. 1, p.15-24, 2010.

KRAUSS, Rosalind. A escultura no campo ampliado. In: **ARTE & Ensaios**. 17. ed. Rio de Janeiro: EBA, UFRJ, 2008. p. 128-137.

LOUPPE, Laurence. Corpos híbridos. Tradução de Gustavo Ciríaco. In: ANTUNES, Arnaldo. **Lições de Dança, 2**. Rio de Janeiro: UniverCidade, 2000. p. 27-40.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. Tradução Marcos Marcionilo. - São Paulo: Parábola, 2005.

SHIM, Doobo. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. **Media, Culture & Society**, Singapura, v. 28, n. 1, p.25-44, jan. 2006. SAGE Publications.

SHIM, Doobo. Waxing the Korean Wave. **Ari Working Paper**, Singapura, n. 158, jun. 2011. [Http://www.nus.ari.edu.sg/pub/wps.htm](http://www.nus.ari.edu.sg/pub/wps.htm).

VIDEODANÇA. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo14324/videodanca>>. Acesso em: 29 de jun. 2017. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

VIEIRA, Jorge Albuquerque. Organização e Sistemas. **Informática na Educação: teoria & prática**, Porto Alegre, v. 3, n. 1, p.11-24, set. 2000.

ZONNO, Fabiola do Valle; MELLO, Cecilia Martins de. **Arquitetura entre Escultura: Uma reflexão sobre a dimensão artística da Paisagem contemporânea**. 2006. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Departamento de História, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

ZONNO, Fabiola do Valle. Campo Ampliado: Desafios à reflexão Contemporânea. **IV Encontro de História da Arte – IFHC / Unicamp**, Campinas, p.1206-1216, 2008.

244 Idol Groups Debuted in the Last 9 Years?! How Many Can You Name? 2013. Disponível em: <<http://www.kpopstarz.com/articles/41923/20130918/244-idol-groups-debuted-last-nine-years.htm>>. Acesso em: 29 de jun. 2018.