

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
ESPECIALIZAÇÃO EM ARTES HÍBRIDAS**

GUILHERME HENRIQUE BERNARDI MARTINS

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

MONOGRAFIA

CURITIBA

2017

GUILHERME HENRIQUE BERNARDI MARTINS

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

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Artes Híbridas do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN – da UTFPR, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista.

Orientadora: Profa. MSc. Juliana Maria Greca

CURITIBA

2017

TERMO DE APROVAÇÃO

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

por

GUILHERME HENRIQUE BERNARDI MARTINS

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Artes Híbridas pelo Curso de Especialização em Artes Híbridas pelo Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

MSc. Juliana Maria Greca (UTFPR)
Profa. Orientadora

Dra. Amábilis de Jesus da Silva (UNESPAR)
Membro titular

Dr. Ismael Scheffler (UTFPR)
Membro titular

- O Termo de Aprovação assinado encontra-se na Coordenação do Curso —

RESUMO

BERNARDI MARTINS, Guilherme Henrique. **Potências Híbridas:** Uma análise da cultura pop sul coreana como arte em campo ampliado na indústria cultural. 2017. 22 f. Monografia (Especialização em Artes Híbridas) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2017.

A pesquisa 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, e do panorama histórico de tal cultura.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Campo Ampliado. Arte Híbrida. Cultura Pop. Coreia do Sul.

ABSTRACT

BERNARDI MARTINS, Guilherme Henrique. **Hybrid Potencies**: An analysis of South Korean pop culture as art in the expanded field in the culture industry. Ano de defesa. 22 f. Monografia (Especialização em Artes Híbridas) - Federal Technology University - Parana. Curitiba, 2017.

The research 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 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 such culture.

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

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 7 |
| 2 A EXPANSÃO NO CAMPO ARTÍSTICO | 10 |
| 3 INDÚSTRIA CULTURAL E CULTURA DE MASSAS | 13 |
| 4 O KPOP NO ENTRECruzAMENTO DE CONCEITOS..... | 16 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 20 |
| REFERÊNCIAS..... | 21 |

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, produtos da indústria cultural sul coreana vêm aparecendo nas mídias internacionais com mais frequência. Filmes, novelas, músicas, videocliques 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 asiático¹ e a partir da mudança de década para a atual se tornou globalizada.

A cultura pop² 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 Huat³ (2010), esse movimento de exportação cultural desencadeou-se em relação à falta de monumentos ou paisagens urbanas icônicas⁴ e reconhecíveis nas cidades sul coreanas, somada aos recursos 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 Shim⁵ (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 apreciação é relativamente breve, uma

¹ Leste asiático refere-se a Japão, China, Coreia do Sul, Coreia do Norte, Taiwan e Mongólia.

² Termo traduzido diretamente dos autores Shim e Huat.

³ Chua Beng Huat é um sociólogo cingapuriano PhD em sociologia pela Universidade de York, em Toronto, Canada.

⁴ 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.

⁵ 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.

duração de alguns minutos por música.”⁶ (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 musicais nos formatos de *Boy Band* e *Girl Band*⁷. 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”⁸ (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 debutaram⁹ nas mídias coreanas¹⁰. 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 asiático¹¹. 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 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

⁶ No original: “The listening time is relatively very brief, a duration of a few minutes per song.”

⁷ 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*.

⁸ No original: “was based on innovative hybridization of music.”

⁹ Termo utilizado pelas mídias sul coreanas significando a primeira apresentação oficial do grupo.

¹⁰ 244 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.

¹¹ Sudeste Asiático é composto por Brunei, Camboja, Filipinas, Indonésia, Laos, Malásia, Mianmar, Cingapura, Tailândia, Timor Leste e Vietnã.

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 tais 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 Krauss¹² (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 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.

¹² 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.

2 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, segundo o enquadramento em tais, dá-se a localização específica do subsistema abordado. Entretanto, como os artistas se vêm 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, se utilizando de aspectos que não lhe são originalmente próprios, mas que sem 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 Louppe¹³ (2000) hibridação surge da subversão e deslocamento dos aspectos essenciais de algo, seus genes, dando origem a uma aberração¹⁴, “A hibridação evoca as figuras polimorfos imaginadas por Philippe

¹³ Laurence Louppe nasceu na França, foi uma escritora, crítica e historiadora da dança.

¹⁴ Aberração utilizada aqui com o sentido de “desvio do que é considerado padrão”.

Decouflé¹⁵ 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 videodança¹⁶, que surgiu na dissolução de fronteiras entre as artes audiovisuais e a dança e se firmou como uma disciplina artística independente e híbrida.

Fabiola Zonno¹⁷ 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 apresenta 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.

Recapitulando: Arte em campo expandido acontece através “de um campo de relações” (ZONNO, 2006, p. 19) em que “se caracteriza por um amplo experimentalismo e abertura entre as chamadas disciplinas artísticas.” (ZONNO,

¹⁵ Philippe Decouflé é coreógrafo, dançarino, mímico diretor de teatro e artista plástico francês.

¹⁶ 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).

¹⁷ 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.

2008, p. 1209), onde as obras se encontram, ao mesmo tempo, nas disciplinas artísticas e entre elas.

3 INDÚSTRIA CULTURAL E CULTURA DE MASSAS

Indústria cultural é um termo utilizado pela primeira vez pelos filósofos Theodor Adorno¹⁸ e Max Horkheimer¹⁹ no livro *A Dialética do Esclarecimento* com o intuito de apontar a situação da arte na sociedade capitalista. Descreve a arte transformada em um produto controlado por indústrias específicas:

Os dirigentes não estão mais sequer interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente se 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)

O contexto da indústria cultural é globalizado e, segundo Armand Mattelart (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.

É a partir dessa “venda cultural” que se potencializa a mistura entre culturas. De acordo com Bhabha²⁰ (1998) hibridismos culturais emergem em momentos de transformação histórica, e a transformação capitalista, junto à transformação das

¹⁸ Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno era filósofo, sociólogo, musicólogo e compositor alemão. Foi um dos nomes mais notáveis da Escola de Frankfurt.

¹⁹ Max Horkheimer era filósofo e sociólogo alemão. Também foi um dos nomes mais notáveis da escola de Frankfurt.

²⁰ Homi Bhabha nasceu na Índia e é um dos principais nomes sobre estudos sobre pos-colonialismo na atualidade.

indústrias culturais, abrem portas para o que Mattelart²¹ (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 Hall²² (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 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.

²¹ Armand Mattelart é um sociólogo belga especializado em estudos da comunicação internacional.

²² Stuart Hall nasceu na Jamaica, era teórico cultural e sociólogo.

4 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*²³” 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)

²³ 244 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, a dança é parte importante no sucesso do formato de grupos, levando inclusive que pais construam espaços para que seus filhos possam praticar dança (SHIM, 2011) tentando se inserir como no mercado musical sum 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:

Isto porque, no pós-modernismo, a práxis não é definida em relação a um determinado meio de expressão — escultura — mas sim em relação a operações lógicas dentro de um conjunto de termos culturais para o qual vários meios — fotografia, livros, linhas em parede, espelhos ou escultura propriamente dita — possam ser usados. (KRAUSS, 2008, p. 236)

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”²⁴ (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

²⁴ No original: “hybridity reveals itself as new practices of cultural and performative expression.”.

hibridismo é um fenômeno atípico, único e acidental, não acontece de modo controlado e, sendo o ambiente comercial um ambiente controlado pela indústria cultural, não seria possível uma arte verdadeiramente híbrida neste contexto. 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, neste contexto, toda forma de arte está absorvida dentro da indústria cultural e aquelas que não estão, uma vez delimitadas, estarão.

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, 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”²⁵ (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.

²⁵ No original: “The Koreans have just begun to realize that culture can be as profitable as semiconductors or cars.”

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há um senso comum que 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”. 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.

A pesquisa passa, superficialmente, sobre a questão da função da arte aplicada a cultura de massas, visto que esta se torna uma necessidade de seus consumidores. Quais as possibilidades de ação dentro desse panorama? Apenas as oportunidades que a indústria possibilita? O estudo de tal panorama cria possibilidade de potências de trabalho sobre as culturas de massa, tanto confirmando as lógicas já estabelecidas em uma cultura, ou subvertendo-as e indo contra todo um sistema já consolidado.

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: 01 nov. 2017.
- 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: 01 de Nov. 2017. Verbetes 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: 01 nov. 2017.