



SEÇÃO: ARTIGO LIVRE

Língua, neoliberalismo e K-Pop: o multilinguismo na música pop coreana e a comoditização da língua

Language, neoliberalism and K-pop: multilingualism in Korean pop music and language commodification

Matheus Cordeiro¹
orcid.org/0000-0002-9434-5434
matheuscord033@gmail.com
Recebido em: 24 ago. 2021.

Aprovado em: 18 nov. 2021.

Publicado em: 08 mar. 2022.

Resumo: Na última década, o *K-pop* atravessou o globo, misturando não apenas ritmos e gêneros musicais, mas também línguas. Ao observar a profusão de línguas na música popular coreana, cabe-nos perguntar qual é o papel das línguas e de quais formas elas são empregadas no *K-pop*. Para responder a essas perguntas, foram selecionadas e compiladas 200 músicas de *K-pop* que tiveram destaque na década de 2010. Foi observado o massivo uso de *code-switching* e da reprodução de versões em outros idiomas, sendo utilizadas, durante toda a década, não apenas línguas majoritárias, mas também línguas minoritárias, locais e mortas. Nos anos pós 2014, o uso do *code-switching* foi mais frequente. Levando em consideração os dados obtidos por essa pesquisa, junto aos dados e padrões de crescimento e exportação da música popular coreana na década de 2010, constatou-se que o multilinguismo é uma das ferramentas fundamentais do *K-pop* por ser necessário para o meio de produção em que ele se insere e ao criar um diferencial de produto, fazendo-o alcançar maior difusão no mercado fonográfico internacional.

Palavras-chave: Code-switching. *K-pop*. Hallyu 2.0. Multilinguismo. Língua e economia.

Abstract: In the past decade *K-pop* has crossed the globe, mixing not only rhythms and musical genres, but also languages. Observing the profusion of languages in Korean popular music, we asked what the role of languages is and in what forms are they used within *K-pop*. To answer these questions, 200 popular *K-pop* songs from the 2010s were selected and compiled in a corpus. The massive use of code-switching and the reproduction of versions in other languages was observed, using, throughout the decade, not just majority languages, but also minority, local and dead languages. The songs from years after 2014 used code-switching more frequently. Considering the data obtained by this research, data and patterns of growth and exportation of Korean popular music in the 2010s, we found that multilingualism acts as one of the fundamental tools of *K-pop*, being necessary for the medium of production in which *K-pop* is inserted by creating a product differential and promoting greater diffusion in the international phonographic market.

Keywords: Code-switching. *K-pop*. Hallyu 2.0. Multilingualism. Language and economics.

Introdução

Desde a queda do bloco soviético em 1991 e, conseqüentemente, do triunfo da ideologia capitalista, o mundo vem passando por uma acelerada globalização. Essa globalização, que inicialmente englobava principalmente o mercado, passou a englobar pessoas, ideias, culturas,



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

¹ Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil.

instituições etc. Uma das razões para isso foi o rápido desenvolvimento tecnológico, que possibilitou, entre outras coisas, o desenvolvimento de novos meios de comunicação em massa. Essa conjuntura tem como primário suporte o pensamento neoliberal, para o qual o mercado, supostamente, se autorregularia sem que houvesse intervenção estatal. As inovações, então, sob essa corrente de pensamento, são resultado da livre competição entre mercados.

O fluxo mundial de mercados, pessoas, culturas, informações e afins, possibilitado pela globalização, tornou visível e mais intenso um fenômeno antes restrito apenas a determinados países e povos: o multilinguismo. No entanto, esse multilinguismo difere dos tipos observados até então, pois, nesse contexto, ele se torna uma habilidade vantajosa dentro do mercado de trabalho, e, logo, é comoditizado (Heller 2003).

Este trabalho analisa como o multilinguismo na música pop sul-coreana (*K-pop*) passou, na última década, pelo processo de comoditização com o objetivo de alcance global da *Hallyu*,² que mirou o público internacional com claras finalidades econômicas. O multilinguismo, entre a bibliografia pesquisada, é visto apenas como um bilinguismo, onde o *code-switching* ocorreria apenas entre coreano e inglês. Contudo, desde a chamada *Hallyu 1.0* (cujo principal produto cultural a ser exportado eram as novelas coreanas, doravante dramas), o *K-pop* detém características multilíngues que visavam sua exportação para outros países, como Japão e China. A segunda Onda Coreana, iniciada em 2010 e ainda corrente, tem como um de seus carros-chefes mais lucrativos — não apenas financeiramente, mas também pela construção de *soft power* e diplomacia cultural — a música *pop*.

Esta investigação sobre o multilinguismo no *K-pop* analisou, ao todo, 200 músicas lançadas entre 2010 e 2019, que foram compiladas em

um *corpus* que detém 61.310 palavras. Foram escolhidas 20 músicas de cada ano da década de 2010, agrupadas em subcorpora, conforme os anos de seus lançamentos. Todas as músicas selecionadas para análise obedeceram aos seguintes critérios:

(1) ter figurado em uma relevante lista musical coreana ou internacional e/ou ter obtido mais de um milhão de visualizações no YouTube;

(2) não ser de artistas ou grupos independentes;

(3) não ter sido originalmente produzida para uma série ou drama — OST;

(4) ter sido publicada no alfabeto coreano — *hangul*.

As palavras em outras línguas foram agrupadas nas seguintes categorias: padrão; onomatopeia; gíria, abreviação, palavrão e afins; e referência cultural.³ As palavras em línguas estrangeiras receberam uma etiquetagem conforme seu idioma e categoria sob a qual se encaixam. Palavras cognatas de diferentes idiomas, como amor, *fiancé* etc., obedeceram a critérios de pronúncia, contexto e ritmo musical. Obras prévias ou posteriores do artista/grupo foram analisadas quando não foi possível observar a correspondência 'palavra-língua', mas, em uma eventual impossibilidade de identificação, as palavras não receberam etiqueta, pois poderiam prejudicar a objetividade dos dados. O sistema de escrita coreano, por ser fonético, permite que palavras de outras línguas sejam escritas em *hangul*. Assim, palavras estrangeiras que se encontravam em *hangul* foram etiquetadas obedecendo os critérios supracitados⁴.

Os dados do *corpus*, juntamente com as frações sobre a exportação da indústria musical sul-coreana, mostram que o país tem se voltado para o mercado fonográfico externo e que tem utilizado ferramentas como o multilinguismo para poder aumentar sua base consumidora no

² 한류, em coreano. Em português o termo pode ser traduzido como Onda Coreana. O termo surgiu na imprensa chinesa ao final da década de 1990 para se referir ao sucesso que as novelas coreanas estavam atingindo no país, o termo então foi adotado pela imprensa asiática e pelo governo sul-coreano para se referir à exportação da indústria cultural do país.

³ Essa categorização foi feita pois o uso da língua pode revelar questões culturais tanto sobre a língua coreana como sobre a língua de empréstimo.

⁴ Casos em que as músicas compiladas possuíam outras versões foram contabilizados e receberam notação conforme a língua "principal" para qual as músicas foram traduzidas, contudo elas não foram analisadas profundamente.

mundo. Fica claro, entretanto, que essa estratégia, difundida entre todas as companhias de entretenimento do país, não é obra apenas do setor privado, mas também de precisas intervenções estatais.

Monolinguismo vs. multilinguismo

Antes de tratar da comoditização do multilinguismo na *Hallyu*, especialmente no *K-pop*, é necessário apresentar as políticas monolíngues da Coreia do Sul. Entender como a sociedade coreana e seu governo veem as questões linguísticas nos ajuda a pintar o panorama em que o multilinguismo é inserido e nos auxilia na compreensão de seu papel, fundamental para as indústrias culturais da Coreia.

De acordo com Sarkar e Low (2012), o multilinguismo tem sido amplamente ignorado em pesquisas sobre a cultura popular ou sobre cultura de massas. Na bibliografia analisada para o estudo do multilinguismo presente no *K-pop*, a questão linguística é eventualmente mencionada pelos pesquisadores do tema, como Jin Dal Young (2014, 2015, 2016, 2018, Jin e Ryoo 2014; Jin e Yoon 2016), Oh Ingyu (2013; Oh e Lee 2014) e Ryoo Wongjae (2018).⁵ As únicas pesquisas amplamente divulgadas sobre a língua na cultura pop sul-coreana são de Lee Jamie Shinhee (2004, 2007, 2011, 2014, Lee e Moody 2012), mas mesmo esses trabalhos parecem ignorar as questões econômicas atreladas às línguas e ao *K-pop* (Cordeiro 2019). Contudo, um aspecto os une: todos observam apenas o bilinguismo entre o coreano e o inglês.

Desse modo, para que não apenas a questão linguística seja compreendida, mas também todo o invólucro em que essa se encontra, é preciso fazer um breve histórico das políticas linguísticas monolíngues do país, afinal, a ciência do discurso deve também observar as condições sociais em que este se insere e as relações entre os indivíduos (Bourdieu 1994).

O monolinguismo na Coreia

A língua coreana possui uma rica história. Derivada do proto-alteico,⁶ parece não ter se difundido fora da península, apesar de ter recebido durante séculos influências da língua chinesa e da filosofia confucionista. É possível observar os registros das influências vindas da China na cultura tradicional da Coreia. Linguisticamente, a interferência do chinês sobre o coreano pode ser observada nos incontáveis textos escritos até a primeira década do século XX, até ser interrompida pela colonização japonesa na península.

Como o chinês pertence a outra família linguística, a utilização de seu sistema de escrita para representar a língua coreana exigiu significativos ajustes. Essa adaptação para o coreano ficou conhecida como *hanja* — a língua japonesa fez o mesmo, adaptando os ideogramas chineses para seu próprio idioma, criando o *kanji*. Embora engenhoso, a utilização de um sistema de escrita adaptado ao idioma coreano o torna essencialmente complicado, pois o sistema fonético nativo era incorporado ao sistema gramatical chinês, o que restringia a alfabetização à nobreza do país (Lee e Ramsey 2011).

Foi pensando nesse problema que, no século XV, o Rei Sejong, o Grande, e os principais pensadores da época desenvolveram um novo modo para representar graficamente a língua. O objetivo era facilitar a escrita representando os fonemas das palavras, deste modo, o aprendizado da forma escrita do coreano promoveria a alfabetização para além da elite. *Hunminjeongeum*⁷ foi o nome dado a este novo modo de escrever a língua coreana, evidenciando a preocupação com a alfabetização do país (recebeu o nome *hangul* no século XX). A astúcia desse novo sistema está em suas características fonéticas: as palavras são organizadas por sílabas e são separadas por espaços vazios; de suas 14 consoantes atuais, as 5 principais (ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㄹ, ㅁ) imitam formato da boca e da língua ao pronunciá-las (/k/; /n/; /s/; /m/; /h/, respectivamente), e as formas das vogais (ㅏ, ㅑ,

⁵ Optamos por ordenar os nomes desses pesquisadores conforme organizados os nomes coreanos: o sobrenome precede o nome.

⁶ Essa teoria, embora seja a mais aceita no meio acadêmico, também é largamente contestada pelos linguistas e filólogos

⁷ Sons Corretos para a Instrução do Povo. Tradução nossa.

—, |), que combinadas podem formar um total de 10, representam o sol, a terra e o ser humano, respectivamente.

Contudo, a resistência ao *hangul* foi massiva na sociedade letrada da época. Os estudiosos e a elite da Coreia se negavam a utilizar esse novo alfabeto, sob o argumento de que o *hangul* empobreceria a língua e o pensamento, aquele modo de escrever era, em suas visões preconceituosas, para aqueles que careciam de intelecto, relegando a nova escrita aos pobres e às mulheres (Lee e Ramsey 2011). Criaram-se duas categorias para escrever em coreano: o *hanja* foi elevado a *jinseo* (escrita autêntica), enquanto o *hangul* foi rebaixado a *eonmun* (escrita vernacular) (Jung 2018). O caráter dado ao *hangul* perdurou até o final do século XIX, quando o nacionalismo floresceu no país. A partir desse sentimento nacionalista o *hangul* passou a ganhar espaço na esfera pública junto ao *hanja* (Jung 2018).

No entanto, em agosto de 1910, o Império do Japão invadiu a península coreana e impôs seu domínio colonialista, instituindo, em 1911, a língua japonesa como a língua nacional da Coreia. As escolas e universidades da época não poderiam ensinar a língua coreana como uma disciplina obrigatória, então, passou a ser considerada uma disciplina optativa durante as primeiras décadas do regime japonês. Esse brutal período colonial foi guiado pelo pensamento da 'inferioridade coreana', o que levou o Japão a adotar inúmeras políticas de genocídio cultural, além de rebaixar e, mais adiante, proibir o coreano, entre outras violências físicas e culturais.

O ápice das políticas linguísticas japonesas contra o coreano ocorreu já no final da colonização, na década de 1940, quando o Japão oficialmente proibiu não apenas o ensino, mas o uso do coreano no dia a dia da população. Houve, contudo, ostensiva e organizada oposição às políticas linguísticas do Império. A Sociedade Linguística de Joseon (SLJ) (Jung 2018) — atual Sociedade Linguística da Coreia (SLC) — ofereceu a maior oposição organizada a essas políticas,

preparando a criação de dicionários da língua coreana, plano que resultou em uma série de livros que estabeleceriam as normas linguísticas do coreano após a era colonial japonesa. Quando liberada do poderio japonês e, conseqüentemente, dividida no paralelo 38N, em 1945, "naturalmente, as normas linguísticas estabelecidas pela [SLJ] foram adotadas como o padrão nacional" (Jung 2018, 133, tradução nossa).⁸ [Os títulos que deram origem esse padrão foram atualizados com o passar das décadas.

Entre a publicação do primeiro volume da SLJ, em 1933, e sua efetiva adoção após o colonialismo japonês, 1945, passaram-se apenas 12 anos. O período para a padronização da língua nacional, assim como as condições apresentadas acima, são circunstâncias únicas para a formulação das políticas linguísticas.

Em 1948, logo após o estabelecimento oficial da República da Coreia, o governo estabeleceu o "Ato Sobre o Uso Exclusivo do *Hangul*" (*Frame Work Act on Korean Language* 2013), que obrigava o Estado a escrever todos documentos públicos em *hangul*, não obstante, o ato falhou em atingir o cotidiano da população e só obteve frutos quatro décadas depois, ou seja, resultado da educação de uma nova geração (Jung 2018). As políticas monolíngues estatais não findaram no século XX. Em 2013, o governo sancionou o ato nº 11.690, de 23 de março, que estabelece metas não apenas para a preservação e padronização da língua nacional, mas também para sua disseminação no ambiente internacional através do Instituto Rei Sejong (*Frame Work Act on Korean Language* 2013).

O coreano e o *hangul* são motivos de orgulho nacional, sendo o único país a possuir um feriado para seu alfabeto. Esse orgulho pela língua faz com que as instituições do país busquem 'refiná-la' e 'purificá-la'. Esforços foram feitos para retirar palavras vindas do japonês, chinês e inglês do vernáculo, criando palavras que corresponderiam aos empréstimos linguísticos antes utilizados (Jung 2018). Em anos recentes, a quase

⁸ Do original: *Naturally, the language norms set by Joseon Language Society were adopted as the national standard.*

obsessão pela pureza linguística tem mostrado hostilidade para com o *konglish* (variedade que mistura inglês e coreano), hostilidade que McPhail (2018) explica como sendo o resultado do orgulho pela língua nacional somado à percepção de que a fluência e o uso normativamente correto do inglês trazem benefícios sociais e financeiros aos indivíduos. Lee afirma que há uma complexa relação entre coreanos perante a língua inglesa, sendo o "inglês possivelmente a mais reverenciada e, ao mesmo tempo, a mais temida língua estrangeira na Coreia contemporânea" e segue ao dizer que essas relações conflituosas e contraditórias "geralmente coabitam o mesmo local linguístico e espaço metalinguístico" (2014, 33, tradução nossa).⁹

O medo perante o inglês, como identificado por Lee, pode ser visto também perante outras línguas, e o que é possível ser observado nas políticas linguísticas também atinge a produção cultural sul-coreana. Durante a ditadura militar, o cenário cultural da Coreia era ostensivamente controlado pelo governo. Músicas que fossem consideradas com estilo ocidental, ou japonês, que contivessem letras em japonês, inglês, ou outras línguas eram vetadas, além das que possuísem 'linguagem vulgar e degenerada'. Mesmo com o fim da ditadura na década de 1990, a censura é ainda imposta (como todo mecanismo de censura) sob argumentos arbitrários. Esse 'dever censurador' fica nas mãos do Ministério da Igualdade de Gênero e Família, que ainda impõe censura a músicas e *MVs* (*music videos*) também podendo utilizar questões linguísticas, como o uso de japonês ou chinês, por exemplo. É fato, no entanto, que hoje o cenário fonográfico coreano independe dos meios de comunicação tradicionais, como rádio e TV (Oh e Lee 2014), e visa o mercado externo e não somente o diminuto mercado interno, como mostraremos a seguir.

O multilinguismo

A Coreia do Sul passou por três décadas de

governos militares que controlavam fortemente a cultura do país, ciclo que só veio a se encerrar em 1993, com a eleição do opositorista Kim Young-Sam, mas o prenúncio do epílogo militar pôde ser sentido na liberalização das mídias, ainda no final dos anos 1980.

Diretamente sob a influência estadunidense durante os anos da Guerra Fria, assim que as mídias do país foram liberalizadas, a cultura ocidental passou a penetrar o mercado sul-coreano. Com o fim da Cortina de Ferro, em 1991, e a introdução da Coreia na globalização capitalista, esse processo se tornou mais visível e levou à origem do *K-pop*, personificada na figura do grupo *Seo Taiji & Boys* que, segundo Lee Gyu-tag, "talvez seja o símbolo cultural que represente a mudança não só na indústria cultural, mas na Coreia como um todo" (*K-Pop* 2018, min. 03:10-03:15). O ponto de não retorno para a cultura popular da Coreia do Sul ocorreu em função de toda reorganização global sob uma grande potência. O triunfo do capitalismo impulsionou o pensamento neoliberal, a visão da cultura como uma *commodity* passou a ganhar o mundo, e o governo Kim (1993-1998), ao notar a competitividade do mercado cultural, mudou o foco de suas políticas culturais "e intensificou a comoditização da cultura popular local" (Ryoo e Jin 2018, 5, tradução nossa).¹⁰ Como parte dos esforços para que a Coreia ingressasse na Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Kim abriu o mercado e incentivou as indústrias do ramo, concedendo, por exemplo, redução de impostos à indústria cinematográfica. Além disso, até o final de seu mandato, o valor dedicado à pasta da cultura aumentaria para 1% do Produto Interno Bruto (PIB), em função da crise asiática de 1997, porém sempre evitando apoio direto, em acordo com o pensamento neoliberal.

As políticas liberais para a cultura foram mantidas por mais de dez anos. Foi durante esse período que a *Hallyu* 1.0 se formou. Somente com governo conservador de Lee Myung-bak

⁹ Do original: *English is possibly the most revered and at the same time the most feared foreign language in contemporary Korea [...] often co-habit the same local linguistic and metalinguistic space.*

¹⁰ Do original: *and intensified the commodification of local popular culture.*

(2008-2013) que as políticas culturais do país mudariam drasticamente. As novas políticas adotadas pelo governo, junto ao desenvolvimento de novas tecnologias e o alcance que as redes sociais, como YouTube, Facebook, Twitter etc. viriam a ter, possibilitou a *Hallyu* 2.0, muito mais diversificada e focada na comercialização para o exterior.¹¹ A Onda Coreana passou a evidenciar todos os aspectos da cultura popular do país: animação, jogos, cinema, dança, comida, roupas e maquiagem, música e até mesmo língua (Oh e Lee 2014).

A Coreia do Sul passou a investir pesado, fornecendo apoio financeiro — agora diretamente —, legal e político às indústrias culturais (Ryoo e Jin 2018; Jin 2016). Os fomentos do governo para a exportação ficam evidentes ao serem observadas as agências sob o guarda-chuva do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo (MCET), que têm escritórios em todo o globo e promovem a indústria cultural do país, além, é claro, do orçamento e dos gastos governamentais com a *Hallyu* que, em 2013, ultrapassou a marca de ₩ 319 bilhões, ou cerca de US\$ 280 milhões (Oh e Lee 2014). O MCET, ainda naquela época, estimou que o asset value da *Hallyu* fosse de US\$83,2 bilhões, sendo US\$5,26 bilhões responsáveis apenas pelo *K-pop* (Oh e Lee 2014).

A diversificação de mercados alvos neste segundo período da Onda Coreana pôs sob os holofotes o *K-pop*, que ainda durante a primeira fase da *Hallyu* atraía interesse do Japão, segundo maior mercado fonográfico do mundo. A exportação para o arquipélago foi um movimento quase natural, não apenas pelo mercado infinitamente maior que o doméstico, mas a proximidade e a própria *Hallyu* já estando em curso no país. Contudo, chegar ao consumidor japonês não foi fácil. As agências de entretenimento passaram ensinar japonês a seus artistas, assim, versões das músicas já lançadas em coreano poderiam ser relançadas com novos *MVs*, novos álbuns e novas músicas em japonês. A tática de produção e reprodução de versões para o japonês passou a ser aplicada em outras línguas, como o chinês

e inglês e, mesmo não tendo obtido o êxito visto no Japão e na China, ainda é utilizada pelos mais diversos grupos e artistas. Das 200 músicas de *K-pop* analisadas, 49% delas recebeu pelo menos uma versão em outra língua. Ao total, entre 2010 e 2019, foram 108 versões derivadas das versões originais em coreano. A maioria das versões, como esperado, eram em japonês (75), 18 foram em chinês, enquanto 12 foram modificadas para o inglês. As únicas outras línguas identificadas que possuíam versões foram espanhol e tailandês, com duas versões e a outra com uma, respectivamente.

É observável, a partir desses dados, uma das estratégias linguísticas para a exportação do *K-pop*. Entretanto, não é o único método linguístico que viabiliza a venda para o mercado fonográfico global. O *code-switching* é o mais utilizado na indústria musical do país. Porém, para que se possa entender o porquê da preferência pelo *code-switching*, devemos observar algo anterior: o modelo que viabiliza o sucesso mundial dessa indústria musical.

O novo arranjo global capitalista, que fixou o pensamento neoliberal, impôs uma nova divisão global de trabalho. No campo linguístico, essa divisão e a ideia de cultura como mercadoria foi o que levou à mercantilização da língua (Duchêne e Heller 2012; Heller 2010, 2003), pois o indivíduo que detém a 'habilidade' de comunicar-se em mais de um idioma tem vantagem sobre aquele com quem compete, porque "a língua e o multilinguismo em particular, se tornou central para a nova economia globalizada" (Heller 2010, 105), o que significa dizer que a língua passou a ter valor tanto de uso como de troca (Duchêne e Heller 2012). Desse contexto, surge um mercado de nicho linguístico e um deles, como não poderia ser diferente, é a cultura (Heller 2010), no qual o *K-pop* está inserido, tendo seu nicho dentro do próprio mercado cultural (Messerlin e Shin 2013).

O *modus operandi* da indústria musical coreana ante o mercado fonográfico mundial foi observado atentamente por Oh (2013) que também enxergou a divisão global do trabalho no modo

¹¹ Havia, claro, esforços para a exportação cultural na 1ª Onda, mas eles eram voltados, até então, apenas para países asiáticos.

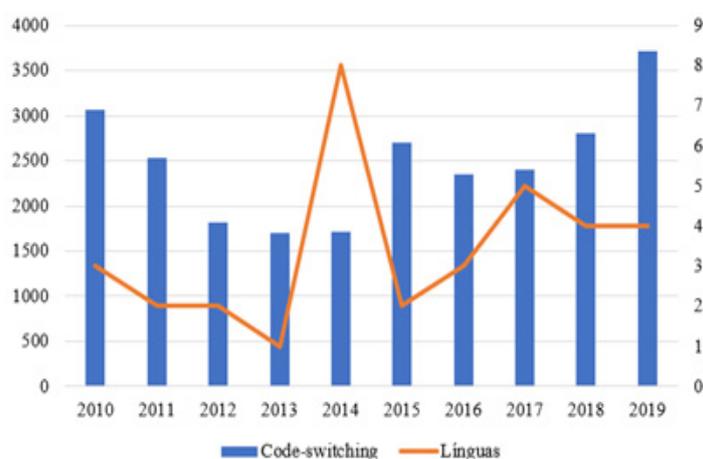
em que o *K-pop* é desenvolvido. A partir disso, Oh constatou que as companhias de *K-pop* agem de modo G-L-G, "Global Local Global" (2013, p. 399). As companhias multinacionais agem primeiro, são elas, no setor privado, que desembolsam os recursos a serem usados no processo, contratam musicistas, letristas, compositores de toda sorte também em âmbito global, tendo preferência pelos músicos e coreógrafos ocidentais, não apenas porque produzem essencialmente músicas que têm mais captação do mercado fonográfico que buscam, mas também porque são mais baratos que os coreanos (o valor pago aos compositores ocidentais pode ser até 10 vezes menor do que aos coreanos, porque esperam receber *royalties* (Jin 2016)) — essa realidade é também visível no corpus, pois inúmeros são os compositores ocidentais que escreveram as músicas de sucesso que foram analisadas. No período de "localização" é onde há o menor valor, segundo Oh (Jin 2016). É nessa fase em que os artistas passam por treinamentos de todo o tipo, um deles sendo o treinamento linguístico — não se resumindo ao mero aprendizado de outro idioma (que pode incluir aulas de coreano para artistas de outras nacionalidades), mas também ao modo "correto"

de falar em coreano e em língua estrangeira. Também faz parte do L (local) a mudança das letras, sendo, aquelas vindas do exterior, traduzidas para o coreano e modificadas. Quando todo o processo L é finalizado, retoma-se o G (global) para que seja distribuído por produtoras e grandes companhias como Google, Apple e afins.

A localização da mercadoria é essencial, pois é ela que cria diferenciação do produto, "é por isso que o processo inteiro de [G-L-G] é insustentável se o componente 'L' não for criativo ou único o bastante" (Oh 2013, 399, tradução nossa),¹² é essa fase que cria — ou ao menos dá ilusão de — autenticidade, algo que He (2011) diz não haver no *K-pop*.

O multilinguismo no *K-pop*, especialmente o *code-switching*, então, age como um diferencial da mercadoria, algo que não é visto massivamente reproduzido em outros gêneros musicais e, por isso, tem vantagem sobre os competidores de mercado, pois amplia seu alcance aos consumidores para além daqueles que falam apenas uma língua, mesclando os mais diversos ritmos musicais globais, como *reggae*, *rap*, *R&B*, *house* etc., mas sem perder ilusão de autenticidade para qual o uso das línguas contribui.

Gráfico 1 – Aparições de code-switching e línguas no corpus



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

De acordo com os dados obtidos no corpus, entre os anos de 2010 e 2013, notou-se significativa

queda tanto no uso de *code-switching* como no número de línguas utilizadas, sendo 2013 o

¹² Do original: *This is why the entire process of Global (G) Local (L) Global' (G) is untenable if the "L" component of the global division of labor is not creative or unique*

único ano em que foi usado apenas um idioma para *code-switching*, o inglês. A partir de 2014, embora o uso da mudança de língua tenha se mantido como o do ano anterior, houve aumento no número de línguas: oito em 2014, duas e três em 2015 e 2016, respectivamente, um novo pico em 2017, com cinco idiomas, e uma estabilidade em quatro línguas em 2018 e 2019. Durante esses anos o *code-switching* também aumentou: deixou a faixa de 1709 e ultrapassou a marca de

3718 em 2019.

Aqui, é verdade, não há distinção da quantidade de músicas em que as línguas aparecem, isso por que o uso de idiomas no *K-pop* não é homogêneo (Lee 2004) — algo também notado pela constante variação de aparições —, embora respeite certos padrões para sua reprodução (Lee 2014; Cordeiro 2019). Contudo, uma tabela pode melhor exemplificar os dados obtidos do *corpus*.

Tabela 1 – Palavras por língua e forma

ANO	LÍNGUAS	inglês	espanhol	francês	italiano	alemão	japonês	chinês	árabe	punjabi	shawli	maori	latim	sânscrito
2010		2.287 (P); 656 (O); 115 (V)	1 (P)	3 (P)										
2011		2.197 (P); 261 (O); 64 (V); 1 (C)	5 (P)											
2012		1.395 (P); 345 (O); 50 (V)	24 (P)											
2013		1.429 (P); 213 (O); 62 (V)												
2014		1.390 (P); 141 (O); 102 (V); 1 (C)	5 (P); 3 (O)	3 (P)		3 (P)	3 (P)	3 (P)	3 (P)	16 (P); 24 (O)				12 (P)
2015		2.346 (P); 220 (O); 102 (V); 1 (C)	30 (P)											
2016		1.897 (P); 349 (O); 90 (V); 2 (C)	11 (P)	1 (P)										
2017		1.923 (P); 236 (O); 93 (V); 32 (C)	32 (P); 10 (O)	2 (P)	69 (P)								11 (P)	
2018		1.982 (P); 403 (O); 40 (V); 15 (C)	257 (P)	117 (P)								6 (P)		
2019		3.022 (P); 412 (O); 126 (V); 2 (C)	82 (P)	65 (P)							8 (P)			

Legenda: variedade padrão (P); onomatopeias (O); gírias, neologismos e afins (V); referências culturais (C).
Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

É possível ver que línguas, como o espanhol, passam a ganhar relevância, por exemplo: em 2010 havia apenas uma aparição de espanhol, em 2014 foram oito, mas houve o incremento de onomatopeias, três anos depois o número de onomatopeias subiu para 10 e a língua totalizou 42 aparições entre as músicas do corpus, no ano seguinte, o espanhol atingiu seu ápice com 257 palavras identificadas. Cabe destacar que o único ano em que o idioma não figurou no *corpus* foi 2013.

O constante uso do espanhol, embora não seja homogêneo, pode indicar uma estratégia comercial voltada a públicos latinos, em especial latino-americanos. Em anos recentes grupos e artistas

têm se voltado para a América Latina de diversas formas, fazendo parcerias, lançando álbuns com mais de uma música que utiliza o espanhol como uma das línguas de *code-switching*, como os grupos Super Junior (Herman 2018), KARD e VAV. Utilizar a língua espanhola, entretanto, não tem sido a única tática para atrair os latinos. Como visto, o *K-pop* se utiliza de compositores e letristas de todo o mundo, no processo G-L-G, também absorvendo e mesclando ritmos. Assim, gêneros latinos, como *reggaeton* e *dancehall*, passam a figurar mais e mais nas músicas de K-pop (Lisazo e Ayelén 2019). Cantar músicas consagradas em espanhol, ou mesmo criar versões de músicas de artistas latinos tornou-se parte das táticas: o

grupo EXO, no famoso evento Music Bank que ocorreu no México, em 2014, cantou *Sabor a Mi*, de Luis Miguel; no mesmo evento no Chile, em 2018, Taemin cantou *Despacito*, canção que se tornou um *hit* no mesmo ano; Eric Nam performou *Ya Me Enteré*, de Reik, durante sua passagem pelo México, em 2018; Lena Park chegou a gravar uma versão da música *Mientes*, da banda mexicana Camila, sob o título *Sorry*; Jonghyun gravou uma versão de *Y Si Fuera Ella*, de Alejandro Sanz, tendo sido sua primeira música solo.

Línguas minoritárias, 'locais' ou até mesmo mortas figuraram no corpus. Línguas como punjabi, sânscrito, maori, latim e swahili passaram a ser mais frequentes a partir de 2014. Isso mostra que à medida que o *K-pop* passou a ganhar o mundo, as produtoras, conscientemente, começaram a olhar para consumidores falantes dessas línguas 'locais', utilizando até mesmo referências culturais da língua, como músicas, colocações, onomatopeias etc.

Apesar de outras línguas terem ganhado espaço na última década, o inglês é o mais presente no *K-pop* desde a década de 1990. Ao todo, foram identificadas no *corpus* mais de 23 mil aparições de inglês em suas mais variadas categorizações. Esse alto uso do inglês para o *code-switching* faz com que a língua tenha mais representações que as demais. Onomatopeias, como 'oh', 'yeah', 'huh', entre outras, são muito mais recorrentes que suas contrapartes em espanhol, por exemplo. Esse longo uso de inglês no *K-pop*, além da própria relação que a Coreia do Sul tem com a língua (Lee 2004, 2014; Lee e Moody 2012; McPhail 2018) faz com que certas liberdades linguísticas possam ser tomadas, como a criação de neologismos — como 'jopping' (*jump* + *popping*) —, ou o uso do *konglish* — como construções em que palavras em coreano terminam em 'ing' para dar o sentido de continuidade.

Mesmo nos casos em que quase não havia mudança de língua, o inglês era a opção para o *code-switching*. Contudo, também foram observados casos opostos em que a língua majoritária não era mais o coreano e sim o inglês, deste modo, a língua nacional da Coreia assume o

mesmo papel que as línguas estrangeiras desempenham no *K-pop*. As línguas não possuem mais um papel definido, o coreano não precisa mais ser a língua principal e majoritária no *K-pop* para manter o componente 'local'.

Porém, essa argumentação torna-se vazia se não forem apresentados os dados sobre a exportação da música coreana para o mundo, então, vejamos como tem se comportado a exportação da indústria fonográfica sul-coreana em nove anos da *Hallyu 2.0*.

No período entre 2010 a 2018, a exportação musical sul-coreana teve constante crescimento: saiu de USD 83 milhões e chegou a USD 564 milhões (CEIC, [s.d.]; Yonhap News Agency 2019). Mesmo que esses dados cubram todos os produtos musicais exportados pelo país, estima-se que a fatia do *K-pop* seja de 80% (Messerlin e Shin 2013). Atualmente, segundo dados da International Federation of the Phonographic Industry (2019), o *K-pop* é o 7º gênero musical preferido em todo o mundo, tendo saído da 29ª posição entre os mercados musicais globais, em 2005 (K-Pop 2018).

O sucesso exportador do *K-pop* conseguiu, no final de 2020, prover uma importante mudança no serviço militar compulsório sul-coreano. Até dezembro daquele ano, era obrigatório (salvo exceções) que homens até 28 anos entrassem no serviço militar para cumprir 20 meses. O governo, no entanto, se moveu para promover a mudança na legislação dias antes de um dos membros do famoso grupo BTS atingir a idade limite, concedendo a ele mais dois anos e a seus parceiros de grupo, que atendem aos critérios (ter recebido medalha do governo ao ajudar a espalhar ou elevar a influência cultural do país pelo mundo), até que atinjam os 30 anos de idade (Choe 2020). A prerrogativa, embora nova para artistas de *K-pop*, já era dada a atletas de alta performance, musicistas clássicos e folclóricos, além de garantir a desenvolvedores de jogos a oportunidade de trabalhar para companhias de desenvolvimento de video games, invés de trabalhar para o exército, sob o *Music Records, Video and Game Act* (Kwon e Kim 2014). O governo

da Coreia do Sul agiu, mais uma vez, de modo a intervir diretamente para proteger seus "ativos" culturais.

Nada disso, nem mesmo o uso do multilinguismo, seria possível sem os avanços das mídias digitais. Sem o constante fluxo de informações, pessoas, mercados etc. possibilitados pela globalização, o sistema em que tanto o mercado linguístico quanto seus nichos não existiriam. A era digital intensificou e aprimorou sistemas neoliberais para a qual tudo passa a ter valor, mas também parece ter criado "uma forma primitiva de cosmopolitismo [...] onde fãs de todo o mundo podem aproveitar conteúdos dos mais diferentes países" (Oh 2013, 404, tradução nossa).¹³

Considerações finais

Analisados os dados e argumentos apresentados é possível concluir que o multilinguismo tem se tornado uma das estratégias para a exportação do *K-pop* nessa *Hallyu 2.0*. A utilização dessa "ferramenta" tem claros fins econômicos, porque sendo o coreano uma língua nacional de menor difusão global e seu mercado fonográfico diminuto, resta a indústria musical da península buscar mercados maiores e para isso submete-se a utilizar as línguas estrangeiras (Lazear 1999).

Esse movimento só passa a ser possível quando a divisão entre o leste socialista e o oeste capitalista acaba no início da década de 1990, dando partida na nova era da globalização capitalista. O fim do regime militar na Coreia também se torna uma importante peça, pois a ideologia liberal foi implementada no governo do país, abrindo o mercado para produtos culturais estrangeiros, que viriam a inspirar o *K-pop*, entrarem, mas que também fosse possível exportar os produtos culturais sul-coreanos. As indústrias culturais deixaram de ser vistas pelo governo como uma ferramenta doutrinária e de preservação da identidade nacional, para começarem a serem vistas por sua "viabilidade comercial e valor econômico"

(Kwon e Kim 2014, 424)

Fruto da globalização e da liberalização, o *K-pop* da segunda Onda Coreana age sob os mesmos termos neoliberais, empregando um mecanismo de "G-L-G" (Oh 2013) em que tudo no pop coreano é gerado por indústrias, no âmbito privado, que aplicam um novo modelo de divisão global do trabalho, no qual a língua e principalmente o multilinguismo se inserem. O multilinguismo passa a ser vital por duas principais razões: (1) possibilita que mais mercados sejam alcançados, uma vez que na globalização aqueles que possuem a 'habilidade' do multilinguismo podem se voltar para mais públicos em um ambiente cosmopolita primitivo; e (2) gera a ilusão de autenticidade ao criar um diferencial de produto no meio musical popular.

Outro fator importante é o apoio dado pelo governo do país visando claros benefícios econômicos, mesmo que em linha contraditória pregue pelo neoliberalismo e ainda empregue mecanismos de censura ao *K-pop* nacionalmente, incluindo pelo uso de algumas línguas estrangeiras. Incongruência similar ocorre pelo fato de o governo pregar um certo purismo linguístico e ao criar políticas monolíngues, enquanto, simultaneamente, alimenta e dá suporte a uma indústria que se utiliza de *code-switching*, multilinguismo e hibridismos linguísticos para poder gerar retornos financeiros. Min, Jin e Han resumem essas observações da seguinte forma:

Como música híbrida, o *K-pop* não tira suas influências globais apenas do pop estadunidense, mas se torna um produto altamente comoditizado que inclui *switching* multilíngue, membros multinacionais, músicas e coreografias produzidas por artistas afro-americanos famosos a fim de acessar o mercado global (2019, 615, tradução nossa).¹⁴

Através da música popular coreana, podemos ver como os idiomas e o multilinguismo fazem parte de um movimento da globalização capitalista e da ideologia neoliberal de comoditização

¹³ Do original: *a primitive form of cosmopolitanism [...] where fans from all over the world can enjoy global content from various different countries.*

¹⁴ Do original: *As hybrid music, K-pop not only draws its global influences from American pop music but becomes a highly commodified product that features multilingual switching, multinational members, songs, and choreography produced by famous African American artists in order to tap into the global market.*

das línguas, tornando-se claro como essa dinâmica tem se dado na cultura popular. Embora evidente no *K-pop* da última década, começamos a vislumbrar semelhante movimentos em demais estilos da música popular, como no Brasil.

Referências

Bourdieu, Pierre. 1994. "A Economia das Trocas Linguísticas". In *Pierre Bourdieu: sociologia*, organizado por Renato Ortiz, 156–83. São Paulo: Ática.

CEIC. [s.d.]. "Korea Exports: CI: Music". <https://www.ceicdata.com/en/korea/trade-statistics-contents-industry/exports-ci-music>.

Choe, Sang-Hun. 2020. "New 'BTS Law' Is Passed in South Korea. An Army of Fans Rejoices." *The New York Times*, 10 de dezembro de 2020. <https://www.nytimes.com/2020/12/01/world/asia/korea-bts-law-military-deferment.html>.

Cordeiro, Matheus. 2019. "O Multilinguismo no K-pop: As Línguas como Estratégia de Marketing na Música Popular Coreana". *C@lea*, no 8: 54–62. <https://periodicos.uesc.br/index.php/calea/article/view/2478>.

Duchêne, Alexandre, e Monica Heller. 2012. "Multilingualism and the new economy". In *The Routledge Handbook of Multilingualism*, organizado por Marilyn Martin-Jones, Adrian Blackledge, e Angela Creese, 369–83. New York: Routledge.

Frame Work Act on Korean Language. 2013. *Frame Work Act on Korean Language*. Act No. 11690, 23 Mar. 2013. <https://law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=136820&viewCls=engLsInfoR&urlMode=engLsInfoR&chrCls=Cd=010203#0000>.

He, Amy. 2011. "Can K-pop break the U.S.? No: America has seen it all before". *The Korea Herald*, 3 de outubro de 2011. <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20111003000316>.

Heller, Monica. 2003. "Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity". *Journal of Sociolinguistics* 7 (4): 473–92. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9841.2003.00238.x>.

———. 2010. "The Commodification of Language". *Annual Review of Anthropology* 39 (1): 101–14. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.012809.104951>.

Herman, Tamar. 2018. "K-Pop Turns Toward Latin American Market With Collaborations And Tours". *Forbes*, 2018. <https://www.forbes.com/sites/tamarherman/2018/05/31/k-pop-turns-towards-latin-american-market-with-collaborations-tours/?sh=4caf8c4e960d>.

International Federation of the Phonographic Industry. 2019. "Music Listening 2019: a look at how recorded music is enjoyed around the world". <https://www.ifpi.org/ifpi-releases-music-listening-2019>.

Jin, Dal Yong. 2014. "The Power of the Nation-state amid Neo-liberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New

Korean Wave". *Pacific Affairs* 87 (1): 71–92. <https://doi.org/10.5509/201487171>.

———. 2015. "New perspectives on the creative industries in the hallyu 2.0 era: Global-local dialectics in intellectual properties". In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*, organizado por Sangjoon Lee e Abé Markus. Nornes, 53–70. University of Michigan Press. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84952316617&partnerID=40&md5=0c94a-531a33c170ad9f5007397da930a>.

———. 2016. *New Korean wave: Transnational cultural power in the age of social media*. Champaign: University of Illinois Press.

———. 2018. "An analysis of the Korean wave as transnational popular culture: North American youth engage through social media as TV becomes obsolete". *International Journal of Communication* 12: 404–22.

Jin, Dal Yong, e Woongjae Ryoo. 2014. "Critical Interpretation of Hybrid K-Pop: The Global-Local Paradigm of English Mixing in Lyrics". *Popular Music and Society* 37 (2): 113–31. <https://doi.org/10.1080/03007766.2012.731721>.

Jin, Dal Yong, e Kyong Yoon. 2016. "The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice". *New Media & Society* 18 (7): 1277–92. <https://doi.org/10.1177/1461444814554895>.

Jung, Heewon. 2018. "Korea's linguistic policies : Status and challenges". In *National language institutions and national languages: contributions to the EFNIL conference 2017 in Mannheim*, organizado por Gerhard STICKEL, 127–43. Budapest: Research Institute For Linguistics, Hungarian Academy of Sciences.

Kwon, Seung-Ho, e Joseph Kim. 2014. "The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave". *International Journal of Cultural Policy* 20 (4): 422–39. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.829052>.

Lazear, Edward P. 1999. "Culture and language". *Journal of Political Economy* 107 (6): S95–126. <https://doi.org/10.1086/250105/0>.

Lee, Jamie Shinhee. 2004. "Linguistic hybridization in K-Pop: Discourse of self-assertion and resistance". *World Englishes* 23 (3): 429–50. <https://doi.org/10.1111/j.0883-2919.2004.00367.x>.

———. 2007. "I'm the illest fucka". *English Today* 23 (2): 54–60. <https://doi.org/10.1017/S026607840700209X>.

———. 2011. "Globalization of African American Vernacular English in popular culture". *English World-Wide. A Journal of Varieties of English* 32 (1): 1–23. <https://doi.org/10.1075/eww.32.1.01lee>.

———. 2014. "English on Korean television". *World Englishes* 33 (1): 33–49. <https://doi.org/10.1111/weng.12052>.

Lee, Jamie Shinhee, e Andrew Moody. 2012. "Sociolinguistics and the study of English in Asian popular culture". In *English in Asian Popular Culture*, organizado por Jamie Shinhee Lee e Andrew Moody, 1–11. Hong Kong: Hong Kong University Press 2012. www.hkupress.org.

Lee, Ki-Moon, e S. Robert Ramsey. 2011. *A History of the Korean Language*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511974045>.

Lisazo, Fernández, e Nadia Ayelén. 2019. "El pop coreano en Latinoamérica: La incorporación de músicas latinoamericanas al k-pop". Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/90717>.

McPhail, Sean A. 2018. "South Korea's Linguistic Tangle: English vs. Korean vs. Konglish". *English Today* 34 (1): 45–51. <https://doi.org/10.1017/S0266078417000244>.

Messerlin, Patrick A., e Wonkyu Shin. 2013. "The K-Pop Wave: An Economic Analysis". *SSRN Electronic Journal* 2: 1–39. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2294712>.

Min, Wonjung, Jin, Dal Yong, e Han, Benjamin. 2019. "Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space". *Media, Culture & Society* 41 (5): 604–19. <https://doi.org/10.1177/0163443718799403>.

Oh, Ingyu. 2013. "The Globalization of K-pop: Korea's Place in the Global Industry". *Korea Observer* 44 (3): 389–409. <https://journals.ateneo.edu/ojs/index.php/aiks/article/view/2008/2001>.

Oh, Ingyu, e Hyo-Jung Lee. 2014. "K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a Post-Developmental Society". *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review* 3 (3): 72–93. <https://doi.org/10.1353/ach.2014.0007>.

Ryoo, Woongjae, e Dal Yong Jin. 2018. "Cultural politics in the South Korean cultural industries: confrontations between state-developmentalism and neoliberalism". *International Journal of Cultural Policy*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1429422>.

Sarkar, Mela, e Bronwen Low. 2012. "Multilingualism and popular culture". In *The Routledge Handbook of Multilingualism*, organizado por Marilyn Martin-Jones, Adrian Blackledge, e Angela Creese, 403–18. New York: Routledge.

Yonhap News Agency. 2019. "Exports of cultural content rise 8.4 percent in 2018". *Yonhap News Agency*, 29 de julho de 2019. [https://en.yna.co.kr/view/AEN20190729004600315 - :text=SEOUL%2C%20July%2029%20\(Yonhap\).%20a%20government%20report%20showed%20Monday.&text=The%20report%20said%20domestic%20content.year%20to%20119.11%20trillion%20won](https://en.yna.co.kr/view/AEN20190729004600315 - :text=SEOUL%2C%20July%2029%20(Yonhap).%20a%20government%20report%20showed%20Monday.&text=The%20report%20said%20domestic%20content.year%20to%20119.11%20trillion%20won).

Matheus Cordeiro

Graduando em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação (LEA-MSI) pela Universidade de Brasília (UnB), em Brasília, DF, Brasil.