



UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU

BRUNA SOARES MARQUES SANTANA

ISABELLE FERNANDES CARDOSO

RAFAELA COSTA GREGÓRIO

**SOFT POWER E A HALLYU: O PAPEL DO ENTRETENIMENTO NO
EXPANSIONISMO CULTURAL SUL-COREANO**

São Paulo

2021

**BRUNA SOARES MARQUES SANTANA
ISABELLE FERNANDES CARDOSO
RAFAELA COSTA GREGÓRIO**

**SOFT POWER E A HALLYU: O PAPEL DO ENTRETENIMENTO NO
EXPANSIONISMO CULTURAL SUL-COREANO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de graduação
em Relações Internacionais da
Universidade São Judas Tadeu,
como requisito parcial para obtenção
do título de Bacharel.

Orientador: Prof^a Dr^a Charles Bonetti
Avaliadores: Prof^a Dr^a Ana Carolina de Araujo Marson/ Prof^a Dr^a Rafael
Marchesan Tauil

São Paulo

2021

Dedicamos este trabalho aos nossos pais que nos apoiaram nos melhores e piores momentos em nosso tempo de graduação.

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso contou com o apoio de diversas pessoas, dentre as quais agradecemos:

Ao professor orientador, que durante o último semestre nos acompanhou previamente, fornecendo todo o suporte necessário para a elaboração do projeto.

Aos professores do curso de Relações Internacionais que através dos seus ensinamentos e conselhos nos permitiram hoje estarmos concluindo este trabalho.

A instituição de ensino que possui uma estrutura coerente para formação dos graduandos.

Aos nossos pais que nos apoiaram desde o início desta graduação e nos incentivaram a persistir em nossos sonhos em momentos de fraqueza.

E por fim, a nossa amizade, que na trajetória acadêmica nos permitiu conhecermos melhor umas às outras, compartilhar de gostos e momentos bons ou ruins.

“Não importa quem você seja, de onde você venha, sua cor de pele, sua identidade de gênero, apenas fale! Encontre seu nome e sua voz, falando por si próprio”

Kim Namjoon - 2018

Tomorrow, 계속 걸어요 (Amanhã, continue seguindo)
멈추기엔 우린 아직 너무 어려 (Estamos muito jovens para parar)
Tomorrow, 문을 열어 (Amanhã, abra a porta)
달기엔 많은 것들이 눈에 보여 (Nós vimos coisas demais para fechar a porta)
어두운 밤이 지나면 밝은 아침도 있듯이, 알아서 (Quando a noite escura passar, uma manhã
brilhante virá)
내일이 오면 밝은 빛이 비추니, 걱정은 하지 말아줘 (Quando o amanhã chegar, a luz brilhante
brilhará então não se preocupe)
이건 정지가 아닌 니 삶을 쉬어가는 잠시 동안의 일시 정 (Este não é um ponto final, mas apenas
uma pausa na sua vida)
엄지를 올리며 니 자신을 재생해 모두 보란 듯이 (Levante seu polegar e pressione play para que
todos possam ver)
니 꿈을 따라가 like breaker (Siga seu sonho como um destruidor)
부서진대도 oh better (Mesmo se der tudo errado, oh vai melhorar)
니 꿈을 따라가 like breaker (Siga seus sonhos como um destruidor)
무너진대도 oh 뒤로 달아나지마 never (Mesmo se der tudo errado, não volte atrás, jamais)
해가 뜨기 전 새벽이 가장 어두우니까 (Porque a madrugada é escura, mas depois o sol nasce)
먼 훗날에 넌 지금의 널 절대로 잊지 마 (Mesmo num futuro distante, nunca se esqueça o você
de agora)
지금 니가 어디 서 있든 잠시 쉬어가는 것일 뿐 (Onde quer que você esteja agora, você está
fazendo apenas uma pausa)
포기하지 마, 알잖아 (Não desista, você sabe)
Tomorrow - BTS 2014

**SOFT POWER E A HALLYU: O PAPEL DO ENTRETENIMENTO NO
EXPANSIONISMO CULTURAL SUL-COREANO**

**SOFT POWER AND HALLYU: THE ROLE OF ENTERTAINMENT IN SOUTH
KOREAN CULTURAL EXPANSIONISM**

Bruna Soares Marques Santana

Isabelle Fernandes Cardoso

Rafaela Costa Gregório

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo abordar o entretenimento como um elemento relevante para a ascensão do Estado sul-coreano, projetando-se como uma ferramenta do *Soft Power*. Para isso, recorreremos à estrutura metodológica de caráter descritivo, qualitativo e exploratório, utilizamos artigos, estudos e pesquisas, livros, reportagens e informações do site oficial do governo da Coreia do Sul. Em primeiro momento, iremos discorrer sobre a história da Coreia do Sul e seu crescimento ao decorrer dos anos. Adiante, será apresentada a definição do conceito de Soft Power de Joseph Nye e como o Estado sul-coreano empregou este conceito para seu desenvolvimento além disso, levantaremos as novas definições de diplomacia cultural. E também abordaremos sobre a *Hallyu Wave* (Onda Coreana) e sua influência no crescimento da Coreia do Sul. Este artigo veio para demonstrar que o entretenimento pode ser considerado como um meio de estratégia para a ascensão de um Estado.

Palavras-chave: Coreia do Sul. *Hallyu* e “Onda Coreana”. *Soft Power*. Entretenimento.

ABSTRACT

This article aims to approach entertainment as a relevant element for the rise of the South Korean State, projecting itself as a Soft Power tool. For this, we resorted to a methodological structure of descriptive, qualitative and exploratory character, we used articles, studies and researches, books, reports and information from the official website of the government of South Korea. At first, we will discuss the history of South Korea and its growth over the years. Next, the definition of the Soft Power concept by Joseph Nye will be presented and how the South Korean State used this concept for its development. Furthermore, we will raise the new definitions of cultural diplomacy. And we will also discuss about the Hallyu Wave (Korean Wave) and its influence on the growth of South Korea. This article came to show that entertainment can be considered as a means of strategy for the rise of a state.

Keywords: South Korean, Hallyu and “Korean Wave”, Soft Power, Entertainment.

INTRODUÇÃO

O período do século XX deixou marcas profundas pelos eventos ocorridos na época, como a Guerra Fria, as duas grandes Guerras Mundiais e diversas disputas na península coreana entre os gigantes asiáticos (China, Japão e Rússia), visando sempre proteger o interesse nacional tanto por questões políticas quanto econômicas, buscando sempre a manutenção e a conquista de poder. A globalização impulsionou os mercados econômicos, que passaram a atuar de forma mais integrada, com aproximação entre Ocidente e Oriente, portanto as metades do mundo passam a trabalhar em sintonia. Com o surgimento de oportunidades inovadoras, os Estados que eram economicamente carentes passaram a atrair atenções das grandes potências (com interesses econômicos). Dessa forma, ocorreu a ampliação do raio de ação do capitalismo e do multilateralismo, fazendo com que outros países ganhassem relevância no Sistema Internacional. Como no caso da Coreia do Sul, que há meio século, era um país arrasado pela pobreza, imagem que mudou radicalmente nos últimos dez anos passando a uma potência tecnológica.

Neste contexto partindo dos últimos dez anos, o sucesso da ascensão da Coreia do Sul nos tempos atuais tem como base a relação entre a sua estrutura histórica, cultural, política, social e econômica, podendo afirmar seguramente que para garantir suas conquistas e interesses, o país faz uso de uma forma de poder mais branda, subjetivamente menos agressiva, porém de maneira ampla e avassaladora. Joseph Nye, estabeleceu que essa forma de executar poder é denominada *Soft Power*, sendo um poder exercido por meio de instrumentos como a cultura (NYE, 2002). Este conceito foi estabelecido para ser foco deste trabalho por cruzar as relações do cotidiano.

A cultura sul-coreana está presente em diversos países do mundo, ultrapassando fronteiras e atraindo público de diferentes nacionalidades. A expansão cultural se espalha ao redor do mundo, com o apoio do KOCIS (Serviço de Cultura e Informação da Coreia), vinculada ao Ministério da Cultura, Esporte e Turismo do país, posicionando-se como um fenômeno excêntrico de cultura e entretenimento, exportando música, seriados, dramas, filmes, jogos

digitais etc. A *Hallyu Wave*, conhecida também como Onda Coreana, teve uma grande relevância em proporção global, esse fenômeno consiste nos produtos culturais exportados pela Coreia do Sul, como por exemplo: o *K-Pop* (Pop Coreano) que é um dos responsáveis pelo considerável aumento do PIB (Produto Interno Bruto) do país. De acordo com as informações do governo sul-coreano, o PIB passou de US\$500 bilhões a US\$1,5 trilhões entre 2000 e 2018 (ORTEGA, 2019).

O termo *Hallyu Wave* teve sua criação nos anos de 1990 por jornalistas chineses que acabaram sentindo o impacto da divulgação da cultura sul-coreana na China. Sendo um fenômeno que em pouco tempo alastrou-se para outros países asiáticos e, subsequentemente para o restante do globo, conquistando pessoas ao redor do mundo inteiro. Um fato que podemos levar em consideração é o crescimento do turismo na Coreia do Sul que triplicou nos últimos 15 anos e, de acordo com o Instituto Hyundai, 1 a cada 13 pessoas que visitam a Coreia informa que sua escolha de país é pelo BTS, que é o grupo de k-pop mais famoso atualmente (ORTEGA, 2019; MOURA, 2021).

A metodologia aplicada neste artigo é de caráter descritivo, qualitativo e exploratório, foram analisados artigos, estudos e pesquisas, reportagens sobre o tema referido e informações históricas do site oficial do governo da Coreia do Sul. Ao realizarmos uma discussão bibliográfica aprofundada sobre o papel do entretenimento para o crescimento da Coreia do Sul encontramos diversos artigos científicos e periódicos, podemos verificar que atualmente o número de trabalhos e discussões que estão sendo levantados referente a esse tema está crescendo e sendo cada vez mais relevantes. Nos trabalhos acadêmicos encontrados, observamos vários pontos que se relacionam, sendo destacada a relevância do entretenimento que se originou pela *Hallyu Wave*, inserindo-se em escala global com o objetivo de promover a economia sul-coreana (SOUZA, 2015).

De acordo com Jin, a chamada “Primeira Onda” ou *Hallyu 1.0* trouxe um aumento significativo no total de exportações do Estado sul-coreano, as empresas coreanas evoluíram seus produtos, para assim, disseminar a exportação para o Leste e Sudeste Asiático, sendo desfrutados por países como:

Japão, Taiwan, China e Hong Kong (JIN, 2012). Segundo Gentil, junto com a tecnologia veio a chamada “Segunda Onda” ou *Hallyu 2.0*, que trouxe a exportação de novos objetos culturais, como por exemplo o K-pop. A “Terceira Onda” ou *Hallyu 3.0* abrange jogos eletrônicos, doramas (*K-drama*), a gastronomia (*K-food*), moda (*K-fashion*), turismo e o idioma coreano, e foi assim que a *Hallyu Wave* começou a se expandir internacionalmente (GENTIL, 2017), ao decorrer do artigo discorreremos com mais detalhes sobre cada uma das fases.

A partir dos levantamentos das pesquisas realizadas percebemos que esse movimento está trazendo cada vez mais visibilidade para o país, fazendo com que não seja ignorado pelo governo sul-coreano. Diferentes atos realizados pelo governo são executados para o exterior com foco em festivais e campanhas com o intuito de divulgar a cultura coreana (SILVA, 2020). E então, Gentil destaca que o governo tem como o objetivo atuar para além da diplomacia tradicional, buscando, alcançar diferentes públicos por meio do entretenimento (GENTIL, 2017), e assim, promovendo o Estado sul-coreano no exterior.

Portanto, este artigo tem como objetivo abordar o entretenimento como um fator muito importante para a ascensão do Estado sul-coreano, discutindo a construção do *Soft Power* dentro do Estado por meio do entretenimento. Dessa forma, levantamos a hipótese de que as trocas culturais entre diferentes povos em distintas partes do mundo são marcadas pelo predomínio de conjunto de valores, como no caso da Coreia do Sul, que vem mostrando grandes avanços tecnológicos, buscando disseminar sua cultura em escala global.

A principal motivação para sustentar o presente artigo fundamenta-se na ascensão da Coreia do Sul por meio do entretenimento que obteve sua maior relevância a partir do século XXI. Sendo considerada uma pesquisa inovadora, podemos afirmar que estudar como o crescimento de um país tem poder significativo e de que forma o entretenimento, quando utilizado de maneira inteligente, pode submeter um Estado subdesenvolvido à sua ascensão, tornando-se um modelo de país a ser seguido por conta da divulgação de sua cultura. Em termos políticos e econômicos como os atuais, introduzir o estudo do entretenimento no Sistema Internacional pode funcionar como um acelerador

para mudanças no cenário internacional, garantindo assim, uma sociedade menos conservadora e moderna no futuro.

O presente artigo foi construído em três partes, em primeiro momento abordaremos sobre o processo histórico de formação da Coreia do Sul, tanto na visão geográfica, como política e econômica do país, visando também a forma como o Estado sul-coreano cresceu em relação ao seu processo de ampliação de influência cultural.

Em segundo momento será abordado o conceito de *Soft Power*, desenvolvido por Joseph Nye e analisaremos como a Coreia do Sul incorporou o processo de propagação da cultura através do meio midiático vinculando este modelo ao conceito citado anteriormente. Levantaremos as novas definições de diplomacia cultural, apontando todos os conceitos que as abrangem e como ela também é uma ferramenta inteligente de *Soft Power*.

Por último, na terceira parte, realizaremos uma análise sobre o desenvolvimento do Estado sul-coreano por meio do movimento já citado anteriormente, a *Hallyu Wave*. Traremos os esforços exercidos pelo governo coreano para disseminar sua cultura em escala global e a contribuição que esse fenômeno trouxe para os países.

DESENVOLVIMENTO

Para podermos introduzir o estudo da *Hallyu Wave* e do *Soft Power*, precisamos entender o processo de formação do Estado sul-coreano, conseqüentemente, é necessário que se dedique este momento à uma breve história da Coreia do Sul.

A península da Coréia permaneceu sob domínio japonês até o fim da segunda guerra mundial. Nesse período, por conta da dominação japonesa, surgiu a luta anticolonialista, que com suas bases fortes e solidas, validou os debates políticos e sociais que futuramente serviriam de influência para a moldagem da península (BRITES, 2011).

Os coreanos se engajaram em lutas e movimentos para conquistar sua independência, se juntaram a diversas organizações clandestinas para lutar contra os japoneses dentro do país, como o Grupo de Restauração da Soberania Nacional Joseon e o Corpo de Libertação da Coreia. Eles também criaram bases avançadas para o movimento de independência na China, Rússia e Estados Unidos e lideraram manifestações pacíficas. Em março de 1919, os líderes coreanos anunciaram a Declaração da Independência.

O movimento se espalhou para os coreanos que resistiam na Manchúria, Sibéria, Estados Unidos, Europa e até no Japão. Em meados de 1920, mais de 30 unidades do exército da independência coreana focaram em atividades de resistência na Manchúria e na Sibéria.

Em 1940, o Governo Provisório da República da Coréia (PGK) criou e organizou o Exército de Libertação da Coréia em Chungqing, para isso, juntaram diversas forças de independência voluntárias espalhadas pelos países aliados e milícias. O PGK declarou então guerra contra o Japão e enviou tropas para as linhas de frente para lutar ao lado das Forças Aliadas. Os Estados Unidos como forma de auxiliar as forças armadas da Coreia, treinava jovens coreanos com o sistema de treinamento de uma unidade militar especial (BRITES, 2011).

Em 15 de agosto de 1945, com a rendição do Japão na Guerra do Pacífico e como resultado da rendição, foi realizada a conferência do Cairo onde se definiu como ficariam a situação das colônias japonesas, que entre elas estava a península coreana, e como resultado da conferência, adquiriu-se a libertação da Coréia. As tropas norte-americanas e soviéticas foram posicionadas ao sul e

ao norte do paralelo 38, respectivamente, para desarmar as tropas japonesas que permaneceram na Península Coreana (SILVA, 2020).

Os Estados Unidos em janeiro de 1949, com um comunicado dado pela Casa Branca, reconheceram a Coreia do Sul (República da Coreia), com sua capital em Seul, como um estado independente. Em 1950, as tropas pertencentes à Coreia do Norte invadiram a Coreia do Sul. Os Estados Unidos então lideraram uma coalizão das Nações Unidas de 16 países e assumiu a defesa do país sul-coreano. Ao final do ano de 1950, a China entra na disputa em nome da Coreia do Norte, um grande conflito se estabeleceu por longos dois anos, até que um armistício foi concluído em 27 de julho de 1953, o tratado de paz entre as Coreias nunca foi assinado e a tensão entre os países perdura até os dias de hoje (SILVA, 2020).

Ao final da Guerra da Coreia, em 1953, os Estados Unidos e a Coreia do Sul assinaram um Tratado de Defesa Mútua, uma aliança sólida e abrangente que dura até hoje. Desde que o governo sul-coreano foi instaurado em 1948, o país se transformou de um dos países mais pobres do mundo à uma potência econômica e um exemplo de democracia liberal. Os EUA e a Coreia do Sul atuam juntos no fortalecimento de suas economias, nas relações comerciais e de investimento, tomando cada vez mais espaço na relação dos países, inclusive por meio da implementação do Acordo de Livre Comércio (Coreia-EUA).

Após a guerra que durou três anos, a Coreia do Sul passou por diversas turbulências, como políticas autocráticas, porém avançou e criou uma sociedade civil com voz ativa que levantaram protestos contra o governo autoritário. Tais atividades pró-democracia tomaram mais forma na década de 1980, começando com o Movimento de Democratização de Gwangju em maio de 1980, levando a Coreia do Sul para o que agora é, uma democracia.

A economia da Coreia do Sul pode ser fragmentada em décadas. Na década de 1960, a Coreia passou a se desenvolver por meio de sua exportação, para isso criou leis e se voltou para o desenvolvimento industrial no mercado exterior. Já na década de 1970, a indústria química estava em seu auge e continuou se destacando até a década de 1980. Com três décadas de desenvolvimento e crescimento econômico, um entrave ocorreu na década de 1990, a crise financeira asiática, porém para se reerguer a Coreia do Sul passou

a promover algumas reformas para estimular uma recuperação financeira rápida (COREIA DO SUL, 2011).

Em 2008, o governo de Lee Myung-bak, que tinha como lema e base ser um governo do povo, o governo não mediu esforços para simplificar sua organização governamental e reformar os regulamentos administrativos. Outras políticas adotadas pelo governo continham a formação de uma aliança com os Estados Unidos como convém ao século XXI e a criação de uma Coreia global sob a Comunidade Econômica Sul-Norte.

Em 2012, a primeira mulher foi eleita presidente na história da Coreia do Sul, o governo Park Geun-hye foi então lançado, que tinha como proposta ser mais voltado para o povo, visando também a implementação de uma economia criativa que era baseada em tecnologias científicas que tinham como principal propósito o crescimento da nação.

Em maio de 2017, assumiu o até então presidente da Coreia do Sul Moon Jae-in, ele tinha como objetivo um conjunto com cinco propósitos políticos que deveriam ser alcançados, os propósitos eram: um governo do povo; uma economia em busca da prosperidade mútua; uma nação que assume a responsabilidade por cada indivíduo; um desenvolvimento bem equilibrado em todas as regiões e uma península coreana pacífica e próspera. Trabalhando arduamente para alcançar esses objetivos, o governo criou mais empregos, diminuiu a incidência de trabalhos irregulares e aumentou o salário-mínimo, com um único objetivo: estabelecer uma economia e um governo voltado para a população.

Além de todos os esforços acima citados, o governo de Moon Jae-in criou e ampliou o caminho para aliviar os conflitos e o clima de tensão na Península Coreana e expandir uma era de paz e para que isso ocorresse liderou a realização de cúpulas intercoreanas, assim como cúpulas entre Coreia do Sul-EUA e Coreia do Sul-China. Perante a Quarta Revolução Industrial, o atual governo está com seu foco voltado para a melhoria da infraestrutura do país e na proteção de suas tecnologias para as gerações futuras.

O estudo do *Soft Power* e da *Hallyu Wave* admite o conhecimento histórico, uma vez que é na história que se recupera as origens e a evolução do país. O saber adquirido, sugere vigorosamente, senão designa, a forma comportamental do futuro.

Anteriormente os Estados se preocupavam com questões que envolviam a sobrevivência, pautando sempre nas capacidades militares e econômicas que cada nação possui para assim dominar outro território. Entretanto com o passar dos anos, os Estados passaram a explorar uma distinta capacidade de poder: o poder brando ou *Soft Power* segundo Joseph Nye (2002-b).

No campo de Relações Internacionais, há a divisão do poder internacional em duas esferas, sendo elas: *Hard Power* e *Soft Power*. Essas esferas de poder se tornam base das negociações internacionais até o final do século XX com o objetivo de atingir seus ideais. Ao fim do século, essas bases são reelaboradas por Joseph Nye Jr, em sua obra *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990), a partir da perspectiva do *Hard Power* e *Soft Power*. Assim, mais tarde ocorre a combinação das duas esferas, elaborando o surgimento da terceira esfera denominada: *Smart Power*.

Para Nye, o *Hard Power* atribui um Estado a capacidade de influenciar ou exercer poder sobre o comportamento do outro, utilizando dos seus recursos econômicos e militares. Sendo que esta capacidade, geralmente induz ou coage um outro a ceder e aderir às suas vontades por meio da força, ameaças, diplomacia coerciva, para fixar alianças ou guerrear. Já o *Soft Power*, diz respeito a habilidade de um Estado de influenciar os demais com o objetivo de conseguir o que se deseja, através da atração ou persuasão, utilizando de mecanismos como a cultura, valores e políticas institucionais. Em seu livro *The Future of Power*, Nye cria uma nova esfera de poder: *Smart Power*, uma combinação dos poderes de *Hard Power* e *Soft Power*. Esta esfera tem a capacidade de não mensurar uma ação como muito branda ou forte, compreendendo que ela pode servir para diferentes propósitos ou sofrer alterações, dependendo de como é utilizada. A ideia é que se concilie elementos de diplomacia, desenvolvimento e estratégias militares e de defesa (NYE, 2011).

Diferentemente dos Estados Unidos, que têm sido o exemplar clássico, utiliza em sua maioria do *Hard Power*, (um dos exemplos mais significativos deste poder foi a Invasão do Iraque), para atingir seus ideais, a Coreia do Sul, conseguiu conquistar seu espaço e vem propagando diariamente sua influência, utilizando do *Soft Power*. O *Soft Power* é um conceito amplamente difundido nas

Relações Internacionais descrevendo um cenário onde um Estado conquista determinada influência internacional por meio de sua cultura. Nos últimos anos o entretenimento está presente em todos os campos da sociedade, inclusive no Sistema Internacional, podendo-se considerar uma importante ferramenta de poder com demasiado peso.

O poder de um estado não reside unicamente na sua força militar, visto que, dependerá de sua capacidade de influenciar as decisões de outros atores, mediante isto, o conceito de *Soft Power* foi descrito por Joseph Nye, professor e político. No final dos anos 1980, em seu livro "*Soft Power: The Means To Success In World Politics*", Nye se refere a capacidade de influência ou o poder sobre o comportamento sob outro Estado, sendo através da atração, isto é, sem que haja a necessidade do cumprimento das formalidades de determinada aceitação, moldando assim, seus interesses, prioridades, privilégios e escolhas. O enfoque principal deste poder se deve ao princípio de que é englobado em suas raízes os aspectos culturais e ideológicos.

Quando os países legitimam seu poder aos olhos de outros, eles encontram menos resistência aos seus desejos. Se a cultura de um país e a ideologia são atraentes, outras seguem com mais disposição. (NYE, 2004)

Embora as relações políticas do país sejam caracterizadas pelo conservadorismo, o entretenimento tem colaborado para estreitar as relações da Coreia do Sul para com o mundo. Há um crescente aumento da influência dos produtos de entretenimento no ocidente e diariamente é possível encontrar traços dessa ação.

A abordagem do *Soft Power* na Coreia do Sul é um resultado aclamado não só em questões de reconhecimento da qualidade do entretenimento e premiações, mas também em questões diplomáticas. Nos últimos anos, a Coreia do Sul vem apanhando os efeitos de seu extenso investimento na indústria do entretenimento. Estes efeitos, explicitam, principalmente na melhoria da imagem do país diante do resto do mundo, na alta das exportações e do turismo. Ao final da década de 1990, com o fim da ditadura militar e a abertura do país, o então presidente sul-coreano Kim Young-Sam investiu em uma nova política cultural

para o país, com o objetivo de tornar a Coreia do Sul mais conhecida no cenário internacional.

Essa nova perspectiva para a política cultural, baseou-se em programas de financiamento e normas protecionistas na indústria cultural do país, passando a haver uma cotização baixa para venda de suas produções no mercado, para que assim as produções sul-coreanas no cinema e televisão fossem fomentadas, posteriormente ocasionando o aparecimento de diversos sucessos nacionais e internacionais, com novelas, filmes e séries de TV,

No caso da Coreia do Sul, a atuação do *Soft Power* é utilizada com os atrativos e acessórios da cultura pop, como a imagem e atrações turísticas, para produzir e consolidar mudanças na maneira de como o país é visto e na interação perante a comunidade internacional. A partir de 2000, com a produção nacional e finalmente a exportação dos produtos consolidados, a reputação se estende às Américas e Oriente Médio. Além disso, o governo realiza investimentos em suas produções nacionais e na infraestrutura cultural do país.

Na reformulação das políticas, o governo acreditou que a cultura poderia ser mais um indicativo de produto de exportação, onde geralmente esses produtos que têm incentivo do governo necessitam ser globalizantes e ter acesso ao mercado internacional. Portanto, muitos grupos de k-pop têm membros de diferentes países, como Tailândia, Estados Unidos, China e Japão, assim como algumas composições de músicas são parcialmente em inglês, também entre as línguas aprendidas por estrangeiros, o coreano ocupa o segundo lugar entre os idiomas de crescimento mais acelerado no século XXI.

Visto que, o *Soft Power*, aplicado e elaborado pela Coreia do Sul, vêm trazendo benefícios para o país, até mesmo, podendo-se dizer que a política contribui para reconstrução das relações com a Coreia do Norte. Além dos fatores mencionados acima, houve a criação de centro culturais coreanos em 27 países pelo mundo, sendo estes centros parte governista das relações exteriores do país.

Outra abordagem importante deve-se à diplomacia cultural, que remete o seu papel especificamente na relação para alcançar seus objetivos não apenas no âmbito cultural, mas também no econômico, comercial e político. Na obra *The Sage Handbook of Diplomacy*, escrita por Costas M Constantinou, Pauline Kerr e Paul Sharp, diz respeito à diplomacia cultural que expõe como a chave para

facilitar a comunicação entre membros afastados da sociedade internacional, e que se esse modelo de diplomacia fornece espaço para relações entre distintas políticas, ela porta de si um potencial para melhorar as relações (MCCONNELL E DITTMER, 2016).

Segundo Nicholas Cull, a diplomacia cultural, é uma subcategoria da diplomacia pública (que tem a função de informar, comunicar, e interagir com a sociedade civil, junto de atores não estatais), e tem como importante função, a diligência de um ator de nortear o espaço internacional por meio da difusão de seus mecanismos e feitos culturais no exterior e/ou favorecer a propagação da cultura no exterior (CULL, 2008). A mesma pode ser vista como instrumento para que um país possa instigar suas vontades perante outros, manuseando-se assim, como *Soft Power*. Partindo de seus métodos adotados para atrair e cativar o público almejado sob o país com objetivo de consumir conexões internacionais, que podem ser vistas por meio das trocas culturais, por órgãos governamentais, como embaixadas ou centros culturais, ato o qual, é muito utilizado pela Coreia do Sul.

Assim como mencionado por Nye, a utilização do *Soft Power* pelos governos é algo que pode ser uma barreira difícil a ser cruzada, devido à "relação dos esforços para criar um poder brando mediante aos instrumentos de diplomacia" (NYE, 2011, p. 138). Entretanto, a Coreia do Sul, a partir do século XX, avistou vantagens sob essa barreira imposta e atribuiu estratégias tanto partindo de sua diplomacia cultural, quanto de estratégias firmes especificamente estimuladas como *Soft Power*, para que sua influência fosse atribuída e reconhecida por outros países. Teoricamente falando, a Coreia do Sul, utilizou de sua capacidade branda para ingressar nas fronteiras internacionais de maneira rápida, possibilitando assim, um grande reconhecimento no mundo e capacidade de estimular o crescimento do seu próprio país.

Diante do cenário internacional atual, há uma visão evidente de que a Coreia do Sul vem se transformando em um exemplo de *Soft Power* por meio do seu entretenimento. De acordo com Joseph Nye, conforme mencionado anteriormente, esse conceito de *Soft Power* constitui-se de influenciar sem

utilizar da força, com isso, estratégias como a cultura são meios eficazes de poder brando. Desse modo, segundo Almeida, a Coreia do Sul adere a *Hallyu Wave* como um *Soft Power* desta maneira:

permeia o desenvolvimento criativo dos produtos que fazem parte do fenômeno *Hallyu* e, a partir disso, utiliza o apelo das produções culturais em favor da melhoria nas relações internacionais, de modo suave, persuasivo e fluido, e não de maneira brutal e impositiva. (ALMEIDA, 2019, p. 17).

O *Soft Power* pode ser visto em vários exemplos, como por meio do futebol, da ciência, da linguagem e da cultura, ou seja, exemplos que podem ser considerados poderes de tentação. Portanto, pode-se dizer que a utilização do *Soft Power* por meio da cultura é uma maneira eficaz de manipular um grupo de pessoas sem a necessidade de aplicar força bruta.

O governo sul-coreano nas últimas três décadas, vem se empenhando em inspecionar o desenvolvimento das indústrias culturais do país, e assim, promove eventos com o objetivo de fortalecimento das relações diplomáticas da Coreia do Sul com outros Estados. A definição de diplomacia cultural pode ser aplicada a *Hallyu Wave*, pois esse fenômeno exerceu um papel conclusivo na política externa da Coreia. O governo utiliza de sua cultura como um meio de determinar uma opinião pública positiva, permitindo contatos com outros países e incentivo do investimento em produtos culturais coreanos.

Para entendermos o sucesso do entretenimento sul-coreano, é necessário levarmos em consideração os esforços realizados pelo governo da Coreia do Sul. Assim que eles enxergaram a entrada de filmes estrangeiros no país no final dos anos de 1990 e início dos 2000, entendeu que para resguardar sua cultura nacional era necessário conter essa expansão o mais rápido possível. A *Hallyu Wave* obteve apoio do governo nos seus primeiros anos para a realização de exportações dos produtos culturais como uma nova medida econômica, e como uma oportunidade para retirar-se da crise financeira que naquele momento estava existindo no território asiático. Desse modo, quando o presidente Kim Daejung (1998-2003) começou seu mandato, realizou a introdução da *Basic Law for the Cultural Industry Promotion*, que surgiu com o propósito de contribuir na abertura do comércio exportador no ano de 1999,

designando um valor de US\$ 148,5 milhões neste projeto. De acordo com Kim, a adoção desse projeto concebeu:

(...) o orçamento do setor cultural em relação ao orçamento total do governo por ano fiscal aumentou de 484,8 bilhões de won (cerca de 440 milhões de dólares), ou 0,60% do orçamento total do governo em 1998, para 1281,5 bilhões de won (1,1 bilhão de dólares), ou 1,15% do orçamento total do governo em 2002 (KIM, J., 2011, p 9).

Conseqüentemente, houve uma exposição dos produtos culturais sul-coreanos em grandes mercados, atraindo olhares internacionais. Como exemplo desse apoio do governo, o Festival Internacional de Cinema de Busan se desenvolveu consideravelmente, sendo um dos maiores festivais de cinema e o mercado mais importante para filmes coreanos e asiáticos. Essas estratégias do governo que visam a propagação da cultura sul-coreana podem ser chamadas de *Soft Power*. A elaboração de políticas externas sul-coreanas, em 1990, desencadeou diversas interações culturais nacionalmente e, tempos depois, internacionalmente. Naquela época, o *K-pop* surgiu com grupos que tinham sua inspiração na música ocidental e o governo de Kim Dae-jung ratificou uma lei para destinar 1% do orçamento à indústria cultural.

Se aproveitando do processo de trocas culturais entre Japão e China que vinham progredindo no Leste Asiático, o estado sul-coreano ergueu o status da cultura pop a um dos seus mais elevados ramos econômicos no engajamento diplomático, acompanhado com o ramo tecnológico que possui um grande reconhecimento em escala global. Visto que, antes do rápido crescimento do entretenimento, o Estado sul-coreano tinha um grande reconhecimento devido às indústrias do setor tecnológico, como Hyundai, Samsung, LG, entre outras.

Com o empenho na popularização da cultura pop, o país teve capacidade de passar o *K-pop* e o *K-drama* de uma escala local, como por exemplo a Ásia, para uma escala mundial rapidamente. Portanto, só é possível notar um começo considerável do *Soft Power* coreano, a partir de 2012 que se deu pelo sucesso do rapper sul-coreano, PSY, depois de sua canção *Gangnam Style* ser sucesso mundial, sendo o primeiro clipe a atingir mais de 1 bilhão de visualizações no Youtube. Como forma de entretenimento coreano, temos como exemplo a *Hallyu Wave* ou Onda Coreana, que consiste nos bens culturais exportados pelo país,

sendo turismo, o *K-Pop*, o *K-Drama* e o *K-Beauty*. Atualmente a *Hallyu Wave* foi dividida em 4 fases, cada uma das fases representa o crescimento deste fenômeno e um momento relevante na economia do país.

A Hallyu 1.0 foi dominada pelas correntes culturais voltadas para a Ásia, com o auxílio de expansão e exportação dos produtos culturais, como por exemplo, os dramas que foram conduzidos para o mercado chinês, “*What is Love All About* “(1997) e “*Stars in My Heart* “(1997), resultando popularidade na Ásia Oriental. Na Hallyu 2.0, o K-pop foi um grande estímulo, pois o Estado sul-coreano exportou US\$80,9 milhões de música em 2010, tendo um aumento de 159% em referência ao ano de 2009. E em 2011, a indústria musical exportou US\$177 milhões, tendo um aumento de 112% em referência ao ano anterior (DAL YONG JIN, 2012), esse crescimento e propagação se deu por conta das mídias sociais que começaram a serem utilizadas de forma intensiva. Já a Hallyu 3.0 é conhecida como um destaque do desenvolvimento da “Onda Coreana”, pois com ela, as pessoas começaram a ter conhecimento sobre a distinção da Coreia do Sul e sua cultura por meio dos *K-dramas*, e do *K-pop*. E por fim, a Hallyu 4.0 trouxe o *K-style* e o crescimento da indústria musical, essa fase é considerada a mais influente, pois os fãs da cultura coreana acabaram transformando seus cabelos, roupas, acessórios e maquiagens, pois tinham o desejo de fazer parte desta cultura, com isso, indústrias de cosméticos e têxteis, tiveram um crescimento significativo de exportações e vendas para diversos lugares do mundo, como os Estados Unidos, Brasil, China, Vietnã, Malásia, Taiwan e Hong Kong (SILVA, 2020).

Da mesma forma que a Hallyu foi dividida em fases, o K-pop foi dividido em gerações, em 1992 foi a estreia do trio de hip-hop *Seo Taiji and Boys*, marcando o início da primeira geração. Com sua música *I Know*, o trio conquistou vários fãs, ficando em primeiro lugar nas paradas de sucesso do Estado sul-coreano por mais de 17 semanas (MOURA, 2021), são considerados de extrema importância na história da música do país e os pioneiros do K-pop. Com seu grande sucesso, houve muitas mudanças no cenário da indústria musical, pois tinham influências de estilos ocidentais, como hip-hop, rock e punk, inaugurando uma nova forma para os artistas ampliarem seus estilos, coreografias e sonoridade. Desta forma, o governo compreendeu que elementos como músicas, artistas e estética seriam de extrema importância para o projeto de

disseminação cultural, e com isso foi necessário um intenso investimento em âmbito político e governamental com a finalidade de abertura da cultura e economia.

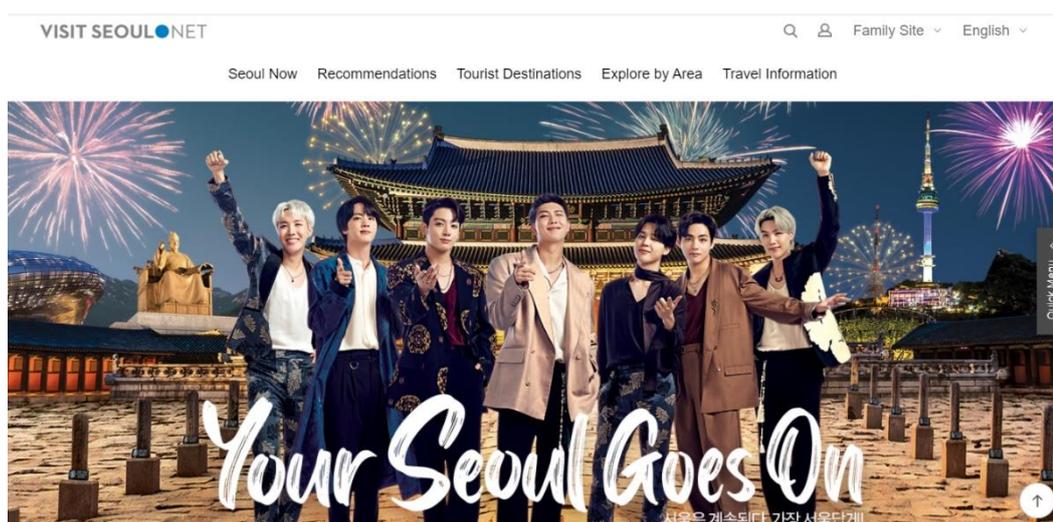
Conforme dito anteriormente, desde o *Seo Taiji and Boys*, a combinação entre os elementos tradicionais da Coreia do Sul com os elementos da cultura ocidental é uma perspectiva muito clara nas músicas de k-pop que abrangem os gêneros R&B, Hip-Hop, Rap, entre outros. Trazendo a ideia de que a cultura sul-coreana é um produto de hibridização cultural e sendo favorável para que o *K-pop* se tornasse o grande feito do país asiático. O entretenimento transformou-se em um método de marketing efetivo para a recuperação da autoconfiança do país, promovendo uma imagem positiva e gerando uma receita elevada.

A *SM Entertainment* foi uma das primeiras empresas a ser fundada em 1989 por Lee Soo Manesse, estreando o grupo *High-five of Teenagers*, conhecido como H.O.T, que com seu grande sucesso acabou incentivando o nascimento de mais empresas e mais grupos. Com isso, ocorre o surgimento de novas empresas de entretenimento, a *JYP Entertainment*, criada por Park Jin Young em 1997 e a *YG Entertainment*, criada em 1998 por Yang Hyun-suk, um dos membros do *Seo Taiji and Boys*. Essas empresas tinham como objetivo lançar artistas em grupos masculinos (*boygroup*) e femininos (*girlgroup*). Dessa forma, ocorre o surgimento da *Big Hit Entertainment*, agência de artistas e gravadora fundada em 2005 por Bang Si-hyuk, que desde março de 2021 passou a fazer parte da *HYBE Corporation*. Essa empresa foi responsável por estrear o maior grupo de *K-pop* da atualidade, o BTS, efetivando de vez a Coreia do Sul como potência do entretenimento internacional.

Desde os Beatles, BTS foi o primeiro grupo a colocar três álbuns no topo da lista da *Billboard* em menos de um ano (SALES, 2021). Também foi o primeiro grupo a discursar na ONU em 2018, com sua campanha global *Love Myself* em parceria com a UNICEF, com o enfoque na prevenção da violência na juventude e na educação, tendo o objetivo de transformar o mundo em um lugar mais seguro (MOURA, 2021). Realizou discursos no ano de 2020 também, trazendo uma mensagem online na reunião do Grupo de Amigos da Solidariedade pela Segurança de Saúde Global, criado pela Coreia do Sul devido a pandemia da Covid-19 envolvendo 40 estados membros da ONU (QUEIROGA, 2020). E no ano de 2021, discursaram no evento a favor dos Objetivos do Desenvolvimento

Sustentável, este evento contou com a participação de 30 chefes de Estado, tendo uma discussão comandada por funcionários da ONU sobre a COVID-19 e uma apresentação especial do grupo (ONU, 2021). Estima-se que o grupo BTS consegue gerar uma receita de cerca de US\$3,7 bilhões por ano na economia da Coreia do Sul (ORTEGA, 2019), pois o seu crescimento impulsiona o turismo e a exportação de produtos associados.

No ano de 2017, o grupo foi nomeado como embaixador honorário do turismo de Seul, lançando a música *With Seoul* e um vídeo comercial, com o objetivo de promover o turismo da cidade. Atualmente, ao acessarmos o site oficial do turismo de Seul, capital da Coreia do Sul, nos deparamos com a foto do BTS na página inicial.



Fonte: Captura de tela da página inicial do site *Visit Seoul* (2021)

Além disso, foram os mais jovens coreanos a receberem a Ordem de Mérito Cultural, em razão de seu apoio à promoção de *Hallyu* e do idioma coreano. Após o grande esforço da empresa, dos membros do BTS e do governo sul-coreano na promoção do grupo, podemos levar em consideração que eles são considerados os responsáveis centrais para o prosseguimento do sucesso em escala global do *K-Pop* e da *Hallyu*, sendo considerados o maior grupo atualmente (IDOLOGY, 2020). E até mesmo as empresas coreanas já citadas anteriormente, como LG, Hyundai e Samsung investem também na indústria cinematográfica para expandir seus mercados, utilizando de parcerias com o BTS, para se proliferar em outras partes do mundo.

Vale ressaltar que a Coreia do Sul vem se desenvolvendo cada vez mais por meio do entretenimento, e com isso, ao longo dos anos o Ministério de Cultura, Esporte e Turismo elaborou uma estimativa de US\$500 milhões para o investimento da exportação deste departamento (ROLL, 2018). Atualmente, a Coreia do Sul é vista por conta do *K-Pop*, que com o incentivo do governo conseguiu divulgar um outro lado pouco conhecido da cultura oriental e que hoje é responsável por cerca de 7% do turismo, que corresponde a 800 mil visitantes.

Portanto, a *Hallyu* é efeito de um investimento abundante na educação na década de 1980, e um grande investimento em cultura após a crise econômica de 1998. Em meados de 2005, foi elaborado pelo governo um fundo de investimentos de US\$1 bilhão voltado apenas para o gênero *K-Pop* (ORTEGA, 2019). Como efeito disso, em 2012, o cantor sul-coreano Psy foi um sucesso global com sua música *Gangnam Style*, colocando a Coreia do Sul nos radares da música e do entretenimento. Anos depois, o grupo BTS dominou as principais paradas, ficando no topo da *Billboard* durante dez semanas seguidas, com o sucesso *Butter*. A influência do grupo de *K-pop* com músicas que passam por diversos gêneros musicais está conseguindo moldar a música que a população mundial consome nos últimos anos.

Os sul-coreanos viram o progresso do cinema nacional ganhar pela primeira vez quatro estatuetas do Oscar de 2020 com o filme *Parasita*, de Bong Joon Ho, e mais inédito ainda, ser o primeiro filme de língua não inglesa a ganhar como melhor filme do ano. Este filme traz uma forte crítica sobre as desigualdades sociais vivenciadas na Coreia do Sul, com isso, podemos refletir que mesmo com o crescimento econômico do Estado por meio do entretenimento, muitas pessoas ainda sofrem com essa desigualdade. E mesmo que a Coreia do Sul seja atualmente um país relativamente influente, que demonstra imagem positiva perante o cenário internacional, ainda sim, internamente, o povo sul-coreano luta diariamente contra problemas sociais.

No ano de 2020, segundo o jornal *The Korea Times*, o atual governo da Coreia do Sul investiu cerca de 1,69 trilhão de won para “instigar a criatividade local e impulsionar as vendas globais de conteúdo cultural coreano” (YEON-SOO, 2020). Por conta da pandemia, com a população mundial ficando mais em suas casas e consumindo mais os produtos de streamings etc., as séries coreanas, tornaram-se as mais assistidas na plataforma da Netflix na maioria

dos territórios onde o serviço de streaming opera. Em 2021, a série *Round 6* foi lançada e por sua vez tornou-se a série mais assistida da história da plataforma.

No ano de 2020, estima-se que o BTS, o maior dos grupos em relação ao número de fãs e vendas globais, rende diretamente uma quantia de US\$3 bilhões à economia do país (SEVERO, 2021). Esse rendimento não está contando com a influência que todas essas obras e artistas do mundo do *K-Pop* geram em outros setores, portanto, o ramo dos cosméticos, dos eletrônicos, a culinária, a moda e o estilo sul-coreanos, a literatura e diversos outros elementos se tornam motivo de desejo para a parcela da população que acompanha os grupos musicais, possuir conhecimento do idioma coreano, para entender melhor as músicas e as produções audiovisuais, é uma vontade da população de diversos países.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como propósito principal trazer informações sobre como a Coreia do Sul vem se desenvolvendo por meio do entretenimento, como vimos ao decorrer do desenvolvimento das seções, a Hallyu Wave foi utilizada, de maneira bem-sucedida, como uma ferramenta de Soft Power para que o Estado sul-coreano conseguisse ter o seu crescimento em escala global.

Ao longo dos últimos dez anos é possível visualizar o modo como a Coreia do Sul desenvolveu-se ainda mais em relação aos anos anteriores, anos estes marcados por eventos violentos, utilizando os fatores culturais e ideológicos como um aparato inteligente de Soft Power, isto é, é possível afirmar que, o país atribuiu uma capacidade admirável de atrair um público exorbitante, aumentar sua economia com a venda de bens e serviços, conquistar a boa vizinhança com os países vizinhos e adotar políticas competentes com países do ocidente, e este fato só foi possível após a adoção de medidas brandas, em relação ao histórico conflituoso que o país sofreu desde o início de sua formação, pois enxergou a possibilidade de ampliar sua influência e tecer uma aparência positiva para o mundo por meio de seus mecanismos de Soft Power: Hallyu Wave, entretenimento, entre outros.

Abordamos ao longo do presente artigo três pontos que possuem grande importância, no primeiro deles buscamos explorar a história de criação da Coreia do Sul para entendermos o seu processo evolutivo. Pode-se concluir que a Coreia do Sul até se firmar como uma potência e um país de grande importância para o globo que atravessou diversas crises econômicas, governos errôneos etc.

Em seu início de criação a Coreia do Sul era governada pela dinastia Joseon e dela surgiu o aproveitamento do entretenimento como diversão e passatempo para a população sul-coreana. Entendemos que ao estudar seu processo de criação grande parte de sua influência cultural e política vem da China e Japão. Durante o primeiro ponto abordamos também a relação dos Estados Unidos com a Coreia do Sul e a importância que tal relação traz para o país, como um acordo de livre comércio entre eles, um tratado de defesa mútua etc.

Já no segundo ponto abordado, trouxemos a definição de Soft Power, conceito este desenvolvido por Joseph Nye, que como mencionado anteriormente, é a capacidade de um país de utilizar sua cultura para poder amplificar sua influência no mundo, fato este que consumou um sucesso grandioso para o país, este que, por meio do desdobramento cultural, conquistou diversos atributos positivos para o país, como a crescente economia, uma visibilidade maior e mais positiva no mercado internacional e na comunidade internacional. Discutimos também o conceito de diplomacia cultural e como a mesma pode ser vista também como ferramenta de Soft Power para instigar suas vontades sob outros atores importantes do cenário internacional de maneira branda, cativando o público almejado e consumando conexões internacionais.

No terceiro ponto abordado, trouxemos a definição da Hallyu Wave e suas fases, que passou por um longo processo de ampliação e hoje é considerada como uma ferramenta potente de Soft Power. A dominação do entretenimento sul-coreano nas paradas, acabaram conquistando milhares de pessoas e, dessa forma, a visão da Coreia do Sul como um ponto turístico vem crescendo a cada dia. Ressaltamos alguns dos esforços que o governo sul-coreano realizou para que esse fenômeno se desenvolvesse e sua cultura fosse disseminada, trazendo olhares do mundo inteiro para o país, pois para que a Hallyu tivesse seu clímax, como possui atualmente, foi necessário um investimento muito grande por parte do governo durante sua evolução.

A Coreia do Sul, uma nação que possui um antecedente de guerras e crises econômicas, visualizou com inteligência, que o país possuía atributos para estimular seu potencial como nação e enfim sobrelevar as dificuldades históricas. Sua cultura permitiu que sua influência fosse o principal elemento para a aproximação entre seus diferentes. Permitindo assim, seu crescimento e reconhecimento nos âmbitos políticos, sociais e econômicos, passando assim, a ser uma nação próspera e com habilidade de desenvolver seus valores e transmiti-los mundialmente, pois o país tem o seu Soft Power, baseado em sua cultura, valores e instituições que incitam a admiração e o respeito em outras partes do mundo. Assim como sua diplomacia cultural e a posição de uma nação que o país pode conquistar nos últimos dez anos em organismos internacionais que lhe permitiu firmar alianças.

REFERÊNCIAS

ADLER-NISSEN, R. (2016). **Diplomatic Agency**. En C. CONSTANTINOU, P. KERR y P. SHARP (2016). **The Sage Handbook of Diplomacy**. Londres, Reino Unido: Sage. Disponível em: <https://professorbellreadings.files.wordpress.com/2017/10/costas_m-_constantinou_pauline_kerr_paul_sharpb-ok-org.pdf> Acesso em: 29 May 2021.

ALMEIDA, NAIANE BATISTA DE. **O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul**. Ufpb.br, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16949>>. Acesso em: 29 May 2021.

BRITES, Pedro Vinícius Pereira. **A Situação na Península Coreana: Estrutura, Panorama e Cenários**. Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Relações Internacionais (Barcharel), Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

BTS e líderes mundiais se juntam à ONU em evento em prol dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Brasil. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/145137-bts-e-lideres-mundiais-se-juntam-onu-em-evento-em-prol-dos-objetivos-do-desenvolvimento>>. Acesso em: 1 nov. 2021.

CARVALHO, FERNANDA VIEIRA. **Hallyu Wave: a cultura como mecanismo de soft power sul-coreano**, v., n., p. 1–388416, 2019. Disponível em: <<https://www.atenaeditora.com.br/post-artigo/24452>>. Acesso em: 29 May 2021.

DIAS, Mauricio. **Coreia do Sul, de Tigre Asiático ao País do Soft Power**. Revista Arco, Santa Maria, 10 de dez . 2019. Cultura. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/midias/arco/k-pop/>>. Acesso em: 29 May 2021.

E-INVESTIDOR. **De Parasita a K-Pop: a bilionária “onda coreana”** - Comportamento - Estadão E-Investidor - As principais notícias do mercado financeiro. Estadão E-Investidor - As principais notícias do mercado financeiro. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/comportamento/kpop-parasita-a-bilionaria-onda-coreana?amp;__twitter_impression=true>. Acesso em: 20 Oct. 2021.

GABRIEL, João; GOMES, Santos; SILVA, Freitas; et al. **O Mercado**

Fonográfico Sul Coreano: um paralelo entre a Escola de Frankfurt e o K-pop enquanto produto da indústria cultural 1. [s.l.], 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0843-1.pdf>>. Acesso em: 22 May 2021.

GENTIL, Dominique Ribeiro. **Diplomacia cultural sul-coreana: uma reflexão sobre o papel do kofice e sua atuação com as mídias brasileiras.** Unila.edu.br, 2017. Disponível em: <<https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/3461>>. Acesso em: 22 May 2021.

IDOLOGY. **Teoria de geração de ídolos: Teoria de geração de ídolos pop de 2020.** Disponível em: <<https://idology.kr/13070>>. Acesso em: 11 Nov 2021

JIN, Yong. **Hallyu 2.0: The New Korean Wave in the Creative Industry.** *International Institute Journal*, v. 2, n. 1, 2012. Disponível em: <<https://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>>. Acesso em: 23 out. 2021.

KAWANO, Breno Kenji. **Diplomacia cultural como forma de exercício de poder: soft power coreano.** Uniceub.br, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/15309#:~:text=O%20texto%20defender%C3%A1%20que%20a,as%20potencialidades%20de%20uma%20na%C3%A7%C3%A3o.>>. Acesso em: 15 Nov. 2021.

KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE (KOCIS). **Hallyu (Korean Wave).** Korea.net: The official website of the Republic of Korea. Korea.net. Disponível em: <<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>>. Acesso em: 14 Nov. 2021.

KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE (KOCIS). **Independence Movement. Korea.net: The official website of the Republic of Korea.** Korea.net. Disponível em: <<https://m.korea.net/english/AboutKorea/History/Independence-Movement>>. Acesso em: 15 Nov. 2021.

KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE (KOCIS). **The Fall of Joseon: Imperial Japan's annexation of Korea.** Korea.net: The official website of the Republic of Korea. Korea.net. Disponível em: <<https://m.korea.net/english/AboutKorea/History/The-Fall-Joseon>>. Acesso em: 15 Nov. 2021.

KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE (KOCIS). **Transition to a Democracy and Transformation into an Economic Powerhouse.** Korea.net: The official website of the Republic of Korea. Korea.net. Disponível em:

<<https://m.korea.net/english/AboutKorea/History/Transition-Democracy-Transformation-Economic-Powerhouse>>. Acesso em: 15 Nov. 2021.

LIMA, Uallace Moreira. **O debate sobre o processo de desenvolvimento econômico da Coreia do Sul: uma linha alternativa de interpretação.** *Economia e Sociedade*, v. 26, n. 3, p. 585–631, 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ecos/a/6BW95ffZX6qx3CgdHtXVFzQ/?lang=pt>>. Acesso em: 22 May 2021.

MASIERO, Gilmar. **A Economia Coreana: Características Estruturais.** Disponível em: <<http://www4.pucsp.br/geap/artigos/art6.PDF>>. Acesso em: 22 May 2021

MOURA, RAYSSA DOS SANTOS DE. **O SOFT POWER DA MÚSICA COMO ATRATIVO TURÍSTICO: UMA ANÁLISE DA ONDA HALLYU.** BRASÍLIA -DF 2021. [s.l.: s.n., s.d.]. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/28331/1/2021_RayssaDosSantosDeMoura_tcc.pdf>. Acesso em: 19 Oct. 2021.

O K-pop e a onda coreana | Hyundai Motor Brasil. Hyundai.com.br. Disponível em: <<https://www.hyundai.com.br/estilo-de-vida/k-pop-e-a-onda-coreana.html?suf=SP>>. Acesso em: 29 May 2021.

ORTEGA, Rodrigo. **K-pop é poder: como coreia do sul investiu em cultura e colhe lucro e prestígio de ídolos como BTS.** 2019. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/poparte/musica/noticia/2019/05/23/k-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-e-colhe-lucro-eprestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>>. Acesso em: 14 de Out de 2021.

QUEIROGA, Louise. **Organização de Turismo da Coreia do Sul aponta K-pop como o fator mais atrativo.** 2020. Extra. Disponível em: <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/organizacao-deturismo-da-coreia-do-sul-aponta-pop-como-fator-mais-atrativo-24537075.html>>. Acesso em: 23 out. 2021.

QUEIROGA, Louise. **Veja o discurso do BTS na 75a Assembleia Geral da ONU: “Voltemos a sonhar.”** Extra Online. Disponível em: <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/veja-discurso-do-bts-na-75-assembleia-geral-da-onu-voltemos-sonhar-24655805.html>>. Acesso em: 1 Nov. 2021.

ROLL, M. **Korean Wave (Hallyu) - The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture.** Disponível em: <<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of->

koreas-cultural-economy-pop-culture/>. Acesso em: 27 Sep. 2021.

SALES, Marcela ; SALES, Gabriela. **BTS: Conheça o perfil dos membros - Asia ON.** Asia ON. Disponível em: <<https://asiaon.com.br/bts-conheca-o-perfil-dos-membros/#:~:text=O%20BTS%20se%20tornou%20a,K%2Dpop%20indicado%20ao%20Grammy.>>>. Acesso em: 1 Nov. 2021.

SILVA, Maria Cristina Brigo da. **SOFT POWER E A HALLYU: UM OLHAR PARA O DESENVOLVIMENTO DA COREIA DO SUL** Florianópolis 2020. [s.l.: s.n., s.d.]. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/16784/1/Soft%20Power%20e%20Hallyu-%20Um%20olhar%20sobre%20o%20desenvolvimento%20da%20Coreia%20do%20Sul%20-%20Maria%20Cristina%20Brigo%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 22 Sep 2021.

SOUZA, Marco André Vinhas de. **Os novos fluxos midiáticos da cultura pop coreana.** Galáxia (São Paulo), n. 29, p. 297–300, 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/gal/a/cpst3rQrtZBk73K4QFDj4mf/?lang=pt&format=pdf>> Acesso em: 22 May 2021.

U.S. Relations With the Republic of Korea - United States Department of State. Estados Unidos, 22 de set. de 2020. Disponível em: <<https://www.state.gov/u-s-relations-with-the-republic-of-korea/>>. Acesso em: 15 Nov. 2021..

YEON-SOO, Kwak. **Korea to nurture Hallyu-linked sectors as growth engine in 2020.** The Korea Times. Disponível em: <https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/03/398_285710.html>. Acesso em: 10 Dec. 2021.

YOO, Jisung . **The Role of Official News Releases of the Korean Ministry of Culture, Sports, and Tourism in the Success of the Korean Wave.** Br1lib.org, 2018. Disponível em: <<https://br1lib.org/book/11588322/0e3615>>. Acesso em: 15 Nov. 2021.