



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

GABRYELLA ALEXANDRE PEIXOTO CARRIJO

**O *SOFT POWER* NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS:**

Os fatores socioculturais como justificativa para o sucesso do fenômeno *Hallyu* e a diplomacia pública do governo da Coreia do Sul.

Goiânia  
2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## **TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

### **1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)**

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): Gabryella Alexandre Peixoto Carrijo

Título do trabalho: O Soft Power nas Relações Internacionais: os fatores socioculturais como justificativa para o sucesso do fenômeno Hallyu e a diplomacia pública do governo da Coreia do Sul

### **2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento [ X ] SIM [ ] NÃO<sup>1</sup>**

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)(s) autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

#### **Casos de embargo:**

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

**Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**

---



Documento assinado eletronicamente por **Aline Regina Alves Martins, Professora do Magistério Superior**, em 27/08/2023, às 22:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Gabryella Alexandre Peixoto Carrijo, Discente**, em 28/08/2023, às 11:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3996262** e o código CRC **EC52A139**.

---

GABRYELLA ALEXANDRE PEIXOTO CARRIJO

**O *SOFT POWER* NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS:**

Os fatores socioculturais como justificativa para o sucesso do fenômeno *Hallyu* e a Diplomacia Pública do governo da Coreia do Sul.

Trabalho Final de Curso apresentado como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Goiás.

Orientador(a): Aline Regina Alves Martins

Goiânia  
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Carrijo, Gabryella Alexandre Peixoto

O Soft Power nas Relações Internacionais [manuscrito] : Os fatores socioculturais como justificativa para o sucesso do fenômeno Hallyu e a diplomacia pública do governo da Coreia do Sul / Gabryella Alexandre Peixoto Carrijo. - 2023.

LXXVI, 76 f.

Orientador: Prof. Aline Regina Alves Martins.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS), Relações Internacionais, Goiânia, 2023.

1. Soft Power. 2. Coreia do Sul. 3. Hallyu. 4. Fatores Socioculturais. 5. Diplomacia Pública. I. Martins, Aline Regina Alves, orient. II. Título.

CDU 327



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ao(s) vinte e um dia(s) do mês de agosto do ano de 2023 iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “O Soft Power nas Relações Internacionais: os fatores socioculturais como justificativa para o sucesso do fenômeno Hallyu e a diplomacia pública do governo da Coreia do Sul.”, de autoria de Gabryella Alexandre Peixoto Carrijo, do curso de Relações Internacionais, da Faculdade de Ciências Sociais da UFG. Os trabalhos foram instalados pela Profa. Dra. Aline Regina Alves Martins- orientadora (FCS/UFG)) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Profa. Dra. Thaís Vieira de Paula (FCS/UFG) e Geisa Cunha Franco (FCS/UFG). Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição da estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final de 10,00 (dez) , tendo sido o TCC considerado aprovado.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Aline Regina Alves Martins, Professora do Magistério Superior**, em 21/08/2023, às 15:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Geisa Cunha Franco, Professora do Magistério Superior**, em 21/08/2023, às 15:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Thais Vieira De Paula, Professora do Magistério Superior-Substituta**, em 21/08/2023, às 15:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Gabryella Alexandre Peixoto Carrijo, Discente**, em 28/08/2023, às 11:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3979822** e o código CRC **4900DF10**.

## RESUMO

O objetivo principal deste trabalho é apresentar e analisar características socioculturais e a diplomacia pública da Coreia do Sul como fatores importantes do sucesso internacional do fenômeno *Hallyu*. Esse fenômeno foi criado para explicar a popularização da sul-cultura coreana nas últimas décadas. Serão analisadas características socioculturais que ajudaram a expandir o *Hallyu*, além do papel do governo sul-coreano no uso do *Hallyu* como um instrumento político em sua diplomacia pública. Há três hipóteses para este projeto: (1) As características tradicionais da cultura coreana, especificamente o confucionismo e o nacionalismo, são o que diferenciam seus produtos culturais dos de outros países e chamam atenção do público internacional; (2) O fenômeno *Hallyu* tem um potencial muito grande como recurso de *soft power*, mas foi desenvolvido pelo setor privado, já que o governo sul-coreano só começou a investir no *Hallyu* depois de seu sucesso; e (3) o governo da Coreia do Sul consegue estruturar os esforços de sua diplomacia pública, fazendo com que as instituições estatais e não estatais trabalhem em conjunto para promover sua cultura. A metodologia de pesquisa está baseada em uma abordagem descritiva e exploratória. Foi feita uma pesquisa de conteúdo bibliográfico com o intuito de validar (ou não) as hipóteses levantadas aqui.

**Palavras-chave:** Soft Power; Coreia do Sul; Hallyu; Fatores Socioculturais e Diplomacia Pública.

## ABSTRACT

The main objective of this work is to present and analyze socio-cultural characteristics and public diplomacy of South Korea as important factors of the international success of the Hallyu phenomenon. This phenomenon was created to explain the popularization of South Korean culture in recent decades. Socio-cultural characteristics that helped expand Hallyu will be analyzed, in addition to the role of the South Korean government in using Hallyu as a political tool in its public diplomacy. There are three hypotheses for this project: (1) The traditional characteristics of Korean culture, specifically Confucianism and nationalism, are what differentiate its cultural products from those of other countries and draw attention from international audiences; (2) The Hallyu phenomenon has great potential as a soft power resource, but it was developed by the private sector, as the South Korean government only started investing in Hallyu after its success; and (3) the South Korean government is able to structure its public diplomacy efforts by having state and non-state institutions work together to promote its culture. The research methodology is based on a descriptive and exploratory approach. A bibliographic content research was carried out in order to validate (or not) the hypotheses raised here.

**Keywords:** Soft Power; South Korea; Hallyu; Sociocultural Factors and Public Diplomacy.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>1. DEFINIÇÃO E APLICAÇÃO DO SOFT POWER</b>	<b>14</b>
1.1 A Diplomacia Pública como ferramenta de Soft Power	21
1.2 O fenômeno Hallyu e seu potencial de Soft Power para a Coreia do Sul	27
<b>2. A FORMAÇÃO HISTÓRICA DA CULTURA DA COREIA DO SUL</b>	<b>38</b>
2.1 Os primórdios da nação coreana e a influência do confucionismo chinês em seu desenvolvimento.	39
2.2 Ocupação japonesa e assimilação social e cultural forçada da Coreia	45
2.3 A relação das características tradicionais coreanas com a sociedade contemporânea da Coreia do Sul	53
<b>3. O IMPACTO DOS FATORES SOCIOCULTURAIS E DA MOBILIZAÇÃO ESTATAL NO FENÔMENO HALLYU</b>	<b>59</b>
3.1 Os fatores socioculturais como uma particularidade na expansão da Onda Coreana	59
3.2 O sistema de apoio cultural do governo sul-coreano por meio de políticas de diplomacia pública	65
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>77</b>

## INTRODUÇÃO

A democracia é o principal sistema político contemporâneo e com isso a população de um país passou a ter maior capacidade de acessar informações e expressar suas opiniões sobre política. Em comparação com outros sistemas, o poder político do povo foi fortalecido e expandido. Somando isso com a globalização, aumentar esforços de políticas públicas e influenciar o comportamento do povo se tornou algo favorável para os governos (CHO, 2012; NYE, 2012). O *Soft Power* é um conceito de poder dentro dos estudos das Relações Internacionais considerado muito teórico. Resumidamente, este tipo de poder está ligado ao ato de exercer influência<sup>1</sup> sobre um alvo de maneira atrativa através do comportamento. Mesmo sendo complexo, isso é algo que pode trazer bons resultados diante do atual sistema internacional (NYE, 2012).

Hoje vemos muitos casos do uso direto de recursos de *soft power* que podem ser aproveitados para pesquisa acadêmica. Diante disso, o objeto de estudo deste trabalho é o fenômeno cultural da Coreia do Sul, chamado *Hallyu*, que tem um grande potencial como uma ferramenta de *soft power* no desenvolvimento da diplomacia pública do país. Esse neologismo, conhecido internacionalmente como “Onda Coreana”, é adotado como bordão na Coreia do Sul para explicar a popularização e influência da cultura coreana, que vem aumentando nos últimos anos. A música pop coreana, ou K-Pop, e os dramas de TV são considerados os principais elementos que representam essa onda coreana, mas o movimento também engloba outros elementos culturais como moda, culinária, cosméticos e turismo (LEE, 2009).

Essa visibilidade da cultura sul-coreana se espalhou do leste da Ásia, com a exportação de seus produtos culturais para os países asiáticos vizinhos, para o resto do mundo (JANG, PAIK. 2012). O termo *Hallyu* foi usado pela primeira vez em uma reportagem no *Beijing Youth Report* em novembro de 1999 após o sucesso do show do grupo H.O.T na China, em fevereiro de 2002. Se tornou bordão nacional e hoje esse fenômeno é reconhecido também pela área acadêmica. Esse entusiasmo produzido pelo *Hallyu* levou a um consumo em massa de símbolos e ideias, formando imagens e opiniões específicas sobre o país pelas pessoas que consomem dessa cultura. Por essa razão, a onda coreana se transformou em um potencial recurso de *soft power*. Esse consumo em massa de produtos e símbolos sul-coreanos trouxe muitos benefícios para o desenvolvimento da economia e diplomacia do país (LEE, 2009).

---

<sup>1</sup> Dentro do contexto do *Soft Power*, a palavra “influência” será usada de maneira a expressar os esforços feitos por um ator de forma atrativa para mudar o pensamento e/ou comportamento de outro ator.

A diplomacia pública é um dos meios que o governo da Coreia do Sul encontrou de fazer uso dessa onda cultural. Esse tipo de diplomacia nas Relações Internacionais é a comunicação de um governo com públicos de outros países, com o objetivo de influenciar estes públicos visando seus interesses nacionais. Esses esforços envolvem o trabalho tanto de entidades governamentais quanto de não governamentais, como do setor privado e dos cidadãos. Se tornando uma diplomacia de *soft power*, a qual necessita do trabalho em conjunto de atores estatais e não estatais (CHO, 2012; ISTAD, 2016).

O objetivo principal deste trabalho é apresentar e analisar características socioculturais e a diplomacia pública da Coreia do Sul como fatores importantes do sucesso internacional do fenômeno *Hallyu*. Serão analisados fatores socioculturais que influenciam na estruturação da cultura coreana, como esses fatores afetaram o país de forma negativa ou positiva e qual é a relação dos mesmos com o fenômeno cultural. Uma dessas características é o confucionismo que é praticamente a base dos valores ideológicos da Coreia do Sul. Outro fator que será analisado é o papel do governo sul-coreano na validação e disseminação do *Hallyu*. O governo usa diretamente a onda coreana como um instrumento político em sua diplomacia pública, que é uma forma de manifestação do *soft power*. Isso funciona como uma validação para que o Kpop e os dramas coreanos tenham apoio da população e investimentos na exportação da cultura para o meio internacional.

A importância de analisar esse papel do governo vem do fato de que o *Hallyu* é um fenômeno que surgiu e é movimentado em peso pela área privada da Coreia do Sul, visando principalmente lucro econômico. Portanto a complexidade da participação estatal tirando proveito da onda coreana para a promoção de sua política externa é algo que deixa lacunas na aplicabilidade do conceito de *soft power* na prática. O *soft power* é um tipo de poder de difícil manuseio por atores estatais que depende de muitas variantes para que se obtenha sucesso. Não é um poder concreto como as formas tradicionais de exercer influência no sistema internacional. Por isso é preciso entender como e porque essa participação estatal acontece.

Além disso, o caso sul-coreano de aplicação do *soft power*, de acordo com a análise de autores do próprio país, não parece ser tão otimista quanto à aplicação de *soft power* definido por Joseph Nye, cientista político que primeiro formulou o conceito (LEE, 2009). Há objetivos na diplomacia pública que o governo não alcança apenas pelo uso do fenômeno da onda coreana. Dessa forma, estudar sobre esse fator será de extrema importância para entender porque o governo da Coreia do Sul decidiu investir na diplomacia pública como estratégia política, usando a cultura como principal instrumento, e qual diferença essa

mobilização dos atores estatais trouxe para o fenômeno *Hallyu*, o qual independe do governo sul-coreano para existir.

Esse fenômeno cultural despertou interesse na área acadêmica multidisciplinar, e o motivo desse interesse é o sucesso desse impulso global da cultura coreana, que reflete a abundância de fatores que são a causa desse sucesso. Os autores Wonho Jang e Youngsun Kim (2013) explicam que esses fatores são exógenos (fatores externos/globais) ou endógenos (fatores internos/domésticos). Os fatores exógenos são comumente associados à disseminação dos serviços de rede social (SNS), incluindo o YouTube, permitindo que o K-pop se espalhasse além das barreiras nacionais sem grandes custos de distribuição ou promoção. O sucesso da música “Gangnam Style” de Psy é um exemplo que destaca essa importância do YouTube na disseminação do K-pop. Outros fatores externos também são a globalização, a regionalização, a influência do estilo musical dos EUA, do J-pop e de outras músicas pop asiáticas no K-pop. Lee Geun (2009) também apresenta as características particulares dos países que recebem a influência da cultura sul-coreana como um fator externo, os quais combinados com os fatores domésticos da Coreia, criaram o sucesso da onda coreana nesses países. Tanto os fatores exógenos quanto os endógenos são importantes para explicar o sucesso do *Hallyu*, especialmente se analisados em conjunto (LEE 2009; JANG, KIM 2013).

Contudo, muitos trabalhos acadêmicos sobre esse fenômeno cultural tratam esses fatores de forma desigual, enfatizando muito mais os fatores externos do sucesso do *Hallyu*. Os fatores domésticos são subestimados e/ou negligenciados pelos estudiosos, que destacam muito mais fatores como a tecnologia e a globalização, os quais são muito importantes mas não tiram a relevância dos outros fatores. Como é o caso de particularidades socioculturais do país que muitas vezes são deixadas de lado (JANG, KIM, 2013).

Esses fatores endógenos são cruciais da diferenciação do K-pop de seus predecessores na Europa, América e Japão. O protecionismo e nacionalismo do governo coreano em relação à cultura do país e o rápido desenvolvimento da economia e do padrão de vida coreanos funcionaram como impulsionadores da cultura popular, e são exemplos de fatores domésticos (LEE 2009; JANG, KIM 2013). Diante disto, a pergunta de pesquisa que este trabalho visa responder é em relação à relevância desses fatores endógenos: Qual a importância dos fatores domésticos, socioculturais e políticos, da Coreia do Sul para o sucesso global do fenômeno *Hallyu*?

Há três hipóteses para este projeto: (1) As características tradicionais da cultura coreana, especificamente o confucionismo e o nacionalismo, são o que diferenciam seus produtos culturais dos de outros países e chamam atenção do público internacional; (2) O

fenômeno *Hallyu* tem um potencial muito grande como recurso de *soft power*, mas foi desenvolvido em maior parte pelo setor privado, já que o governo sul-coreano só começou a investir no *Hallyu* depois de seu sucesso; e (3) o governo da Coreia do Sul consegue estruturar bem os esforços de sua diplomacia pública, fazendo com que as instituições estatais e não estatais trabalhem em conjunto para promover sua cultura.

A metodologia de pesquisa deste projeto é de método qualitativo e será baseada em uma abordagem descritiva e explicativa. A escolha desse tipo de abordagem foi baseada no intuito desse projeto de explorar um tema que é relativamente novo, principalmente na área acadêmica brasileira, e conhecer melhor sobre esse tema de maneira a expor conceitos e reflexões. A partir da análise minuciosa do objeto de estudos deste projeto, que é o fenômeno *Hallyu*, será feita uma pesquisa de conteúdo bibliográfico com o intuito de validar (ou não) as hipóteses levantadas aqui. A contar com a interpretação de trabalhos dentro do tema de *soft power*, influência cultural, diplomacia pública, desenvolvimento econômico e contexto histórico da Coreia do Sul e a reflexão crítica dessa literatura. A abordagem dessas fontes bibliográficas incluem trabalhos no âmbito teórico como: artigos, livros, notícias, dissertações, teses, entre outras, referentes ao tema.

É palpável, atualmente, o impacto que o *Hallyu* proporciona quando colocado em prática seu potencial de *soft power*. Estudar o fenômeno é importante como prova que investir em sua própria cultura é benéfico, assim como também pode haver deslizes por se tratar de uma forma de influência que depende de variáveis. Entender esse processo, através da metodologia de análise de conteúdo, em uma abordagem descritiva e exploratória das literaturas e dados fornecidos, faz parte da justificativa desta pesquisa. É importante estudar países orientais pelo ponto de vista de suas próprias teorias e de seu contexto histórico. O mundo é comumente visto de uma forma “ocidentalizada” e isso também acontece na área acadêmica de Relações Internacionais (KIM, 2015). Trazer mais pautas de países asiáticos, principalmente de países que não sejam os três gigantes da Ásia – Rússia oriental, China e Japão – é muito importante para agregar conhecimento na área de RI.

Para isso, serão desenvolvidos três capítulos. No primeiro capítulo serão explicados os conceitos de *Hard Power* e *Soft Power* e as variações desses conceitos. Também será descrito o conceito de diplomacia pública como um recurso de *soft power*, introduzindo sobre o uso dessa diplomacia pelo governo sul-coreano. Além disso, será trabalhado um último tópico para a definição do *Hallyu* e aplicação desse fenômeno como instrumento de *soft power*. No segundo capítulo, será contextualizado historicamente toda a trajetória da Coreia do Sul para que chegasse hoje na popularidade de seu movimento cultural. Para a Coreia do Sul,

recuperar sua identidade cultural após a ocupação japonesa foi um processo complexo, e fazer uma análise histórica será de extrema importância para entender esse fenômeno. Já no terceiro capítulo, a pesquisa será voltada para os fatores domésticos que influenciam no êxito deste fenômeno cultural. Será explicado as características socioculturais que têm impacto na cultura moderna da Coreia do Sul, como é o caso dos valores tradicionais confucionistas que norteiam as relações sociais coreanas.

Ademais, será apresentado um tópico sobre a diplomacia pública do governo sul-coreano, sobre o sistema de apoio da cultura que existe dentro do país. Trazendo para essa análise aspectos que foram ação direta do uso de *soft power* pelos atores estatais e aspectos que são consequências do desenvolvimento desse *soft power*. Dessa forma, é possível encontrar a resposta para a preferência das autoridades estatais da Coreia do Sul pelo uso deste tipo de poder de atração, e como os atores estatais e não estatais trabalham em conjunto pelo mesmo objetivo. Que é o da expansão da cultura coreana no meio internacional e a fabricação de uma boa visão das políticas e dos ideais sul-coreanos.

## **1. DEFINIÇÃO E APLICAÇÃO DO SOFT POWER**

Nos últimos anos, principalmente durante a segunda década do século XXI, houve um aumento do interesse nos produtos culturais da Coreia do Sul, se tornando tão populares que se espalharam do leste asiático para o resto do mundo, incluindo o sudeste da Ásia, a Europa e o continente americano. O influxo da cultura em âmbito global tornou-se um fenômeno apto de pesquisa acadêmica neste trabalho a partir do momento que explodiu do ambiente doméstico influenciando relações diplomáticas sul-coreanas. Esta onda coreana é caso de aplicabilidade de conceitos da área de Relações Internacionais (RI). O *Soft Power* é um elemento da corrente teórica neoliberal que será usada para entender como esse fenômeno cultural da Coreia do Sul se encaixa dentro dos estudos de RI.

Contudo, antes de destrinchar esse conceito é necessário entender o que é poder dentro das teorias de RI. O *Soft Power* é simplesmente uma forma de poder, um recurso usado para concretizar objetivos. As correntes teóricas entram em um certo consenso sobre o significado de poder, de uma forma ou de outra o poder é sempre sobre a capacidade de influência de um ator. Porém as formas como se aplicam o poder são tão distintas que podem resultar em uma discrepância de epistemologia, e mesmo assim esse conceito não deixa de ser central dentro dos estudos de RI. Por mais que as teorias discordam em alguns pontos sobre poder, seu significado é um consenso de uma relação de influência. Essa definição é simplista para

explicar toda a complexibilidade do conceito, porém é um ponto de partida válido. De acordo com o Doutor em Ciência Política Marco Cepik, o poder na política é:

“Uma relação social em que um ator individual ou coletivo exerce comando com probabilidade de sucesso sobre outros atores, que podem ou não resistir. Portanto, o poder de uns encontra limite no poder dos demais. Os instrumentos e mecanismos de poder constituem um gradiente que vai da coerção e da dissuasão até a aquiescência e o consenso voluntário, passando pela autoridade. Em relações internacionais, o poder é predominantemente negativo, ou seja, é a capacidade de impor limites ao comportamento dos outros. Por exemplo, ser capaz de se defender contra a agressão e a conquista militar, ou dissuadir um país de usar armas nucleares por medo da retaliação nuclear” (CEPIK, 2018, p. 1).

O poder dentro das Relações Internacionais é definido pelos cientistas políticos, em sua maioria e de forma resumida, como a capacidade de exercer influência sobre um ator com o intuito de atingir objetivos próprios. Ballerini (2017) é outro autor que conceitua o poder, e diz que ele pode se manifestar de diversas maneiras. A violência, o armamento, a persuasão e até mesmo a própria fé são exemplos citados pelo autor dessas manifestações de poder. Dito isso, a influência causada pode ser por meio da coerção, atração, cooperação ou competição. Cada uma das correntes teóricas principais tem sua linha de raciocínio quanto ao poder.

Os estudos sobre esse conceito são datados desde muito tempo dentro da área de RI. Nicolau Maquiavel, maior expoente do realismo, é a prova disso, sendo reconhecido por seus escritos sobre o Estado e o governo já por volta do século XV, mostrando a relação entre os tipos de governos e o uso do poder. Na evolução desse conceito, é no desenvolvimento do liberalismo que o poder deixa de ser centralizado nos interesses do Estado. E no neoliberalismo, sobretudo através dos escritos de Robert Keohane (1984), que os Estados com interesses semelhantes criam instituições como forma de disciplinar o poder desses mesmos Estados. Na visão de Keohane, a cooperação e as alianças são facilmente explicadas como um resultado do equilíbrio de poder, e os padrões institucionalizados de cooperação são parte da estratégia de disputa de poder (PECEQUILO, 2012; p.142).

Com essa visão do poder saindo, aos poucos, da esfera do interesse estatal é o nosso ponto de partida para entrar nos conceitos que serão analisados neste capítulo. Dois tipos de poderes existentes nos estudos de RI são o *Hard Power* e o *Soft Power*, traduzidos, respectivamente, como Poder Duro e Poder Brando. O *Hard Power* é comumente relacionado às formas de poder tradicionais utilizadas pelos Estados, e é citado em muitas correntes teóricas. Enquanto o *Soft Power* é relacionado às novas dimensões de poder que vão surgindo com a expansão da globalização, predominante na corrente liberal das Relações Internacionais (NYE, 2012; PECEQUILO, 2012). Apesar de, de acordo com Cristina

Pecequillo (2012), a ideia do poder brando começar a surgir pelo idealismo wilsoniano, é no neoliberalismo que esse conceito é apoiado a partir das teorias de Keohane e Joseph Nye.

Em termos de atores, de acordo com os neoliberais, embora o Estado se mantenha central, a crescente influência e importância de outros atores que não sejam estatais é destaque, como as instituições, organismos multilaterais, organizações não governamentais (ONGs) e até mesmo a opinião pública. É por meio disso e da agenda se expandindo para assuntos além da economia e política, como a cultura e os direitos humanos, que surgem novas dimensões de poder dentro do sistema internacional. Assim, para que se entenda sobre os esforços de *soft power* da Coreia do Sul, é preciso entender primeiro o que realmente é o *soft power*, quais são as diferenças que existem entre ele e o *hard power*, e como ele se aplica na teoria para depois entender na prática.

O cientista político Joseph Nye é o principal responsável por fundamentar o conceito de *Soft Power*, que é muito relevante para os estudos das RI. O *Hard Power* é o tipo de poder ligado a coerção de um ator sobre outro, é a capacidade de dissuasão de um ator através da demonstração da força, sendo estes atores apenas estatais. Esses meios podem ser militares, sanções econômicas ou incentivos financeiros. É uma forma de influência direta, mas nem sempre incluirá conflitos armados (NYE, 2002). Já o *Soft Power* é um poder de cooptação, o qual não prevê coagir um ator, muito menos por meio do uso da força, e sim atraí-lo. É definido por Nye como a habilidade de gerar influência indireta através da atração, ou seja, gerar admiração em outro ator para que este escolha seguir seu exemplo (NYE, 2012). Os ativos de *soft power* são especialmente relevantes para países de potência média que não possuem recursos de *hard power* suficientes para alcançar seus objetivos. Para esses países, o poder brando serve como meio alternativo para exercer influência sobre outros países (LEE, 2009; ISTAD, 2016)

Contudo, ao contrário do que se pensa sobre os dois poderes, um não é o completo contrário do outro. A prova disso é que o poder brando também pode se manifestar por meio da influência militar e econômica, esses recursos podem ser usados tanto para coagir quanto para atrair. A grande diferença entre os dois não está nos recursos que são usados, e sim na maneira que são usados e em quem os usam. Quando Nye insinua que esse poder é de atração, ele quer dizer que o poder brando depende da credibilidade que o ator passa. O ator tem que adequar estratégias trazendo qualidades que seduzam as preferências de outros atores, para alcançar seus próprios interesses (NYE, 2012). Segundo Nye (2005, p. 10) “quando se consegue que os outros admirem seus ideais e queiram o que você quer, não é preciso gastar muito com políticas de incentivo e sanções para movê-los na sua direção”.

O foco do poder brando se baseia em três principais recursos: a cultura (em ambientes em que ela se torna atrativa), os valores políticos (quando ele os cumpre interna e externamente) e a política externa (quando ela é legitimada e vista com autoridade moral). Nye afirma que as condições que estão entre parênteses são primordiais para determinar se os recursos se traduziram em atração para resultados favoráveis (NYE, 2012, p.119). O maior exemplo que temos do uso da cultura como instrumento político é o da hegemonia americana como uma forma de “imperialismo cultural” (NYE, 2012, p.122). As grandes produções cinematográficas estadunidenses tem protagonismo desde que Hollywood se tornou referência mundial, e continua tendo atualmente em todas as plataformas de streaming de séries e filmes. Até mesmo a influência da música pop americana são exemplos de que o poder brando pode trazer benefícios para um país. O próprio fenômeno *Hallyu* tem influência da cultura americana em suas produções de dramas e clipes musicais (JANG, KIM, 2013).

Além de usar recursos para melhorar a imagem e persuadir outro ator, os agentes que aplicam esse poder vão além de atores estatais. Enquanto o poder duro é aplicado apenas pelos governos, o poder brando pode ser disseminado por outros atores como: corporações, empresas, ONGs, instituições e até atores individuais como celebridades. Isso é muito importante quando se trata de novas dimensões da aplicação de poder. A partir do momento que o poder sai da centralidade estatal e se concentra em outros atores, há uma ruptura na maneira que as relações internacionais lidam com o poder (NYE, 2012). Isso remete muito ao tipo de “equilíbrio de poder” que os liberais defendem.

No caso da Coreia do Sul, vê-se com clareza a participação desses outros atores na expansão do *Soft Power*. Temos como exemplo disso, os conglomerados e empresas de entretenimento, como a HYBE Corporation e a JYP Entertainment, que fazem muitos esforços para exportação das músicas e dramas coreanos para o público de outros países, principalmente através dos grupos de K-pop, com as vendas de seus álbuns e shows. Afinal, como será analisado ao longo do trabalho, as ações que impulsionaram o fenômeno *Hallyu* para o exterior, o qual é a principal fonte de *soft power* da Coreia do Sul atual, veio principalmente das empresas privadas e dos consumidores (ISTAD, 2016).

Assim, entrando na manifestação do poder brando de forma prática, uma maneira comum de exercer o *soft power* é por meio de propagandas, mas não é a única e nem a mais importante. Cinema, música, artes, moda e ideologias são todos meios desse poder. Alguns exemplos dele na sociedade estão nos direitos humanos, catolicismo e o capitalismo (NYE, 2012), como no caso do Vaticano e da religião islâmica que exercem grande influência com recursos de poder brando (LEE, 2009, p.123-124). Na visão de Ballerini (2017), outros

exemplos de *Soft Power* podem ser observados no esporte, na ciência e nos idiomas. Esse poder de “sedução” é a forma mais eficiente de manipulação de uma multidão sem precisar aplicar força.

O conceito de *soft power* de Joseph Nye surgiu dentro do contexto da hegemonia dos EUA, por conta do imperialismo cultural americano. Diante do recorte temático na Coreia do Sul, é importante que uma parte da análise seja pesquisar se os autores sul-coreanos concordam com as descrições de Nye. É essencial analisar as questões de um país dentro da visão dos estudiosos desse próprio país, visto que o contexto regional traz mudanças na análise de problemáticas. Os autores em sua maioria, e não apenas na Coreia do Sul, utilizam dos conceitos de Nye em concordância com suas próprias análises. Porém um autor sul-coreano critica as características das definições de Nye. O cientista político Lee Geun (2009) diz que Nye não deixa claro para as potências menores as suas percepções práticas de *soft power*.

Lee Geun afirma que Nye concentra seu conceito em um objetivo político de fazer outros países seguirem a liderança dos EUA voluntariamente, usando seus recursos como cultura e ideologia. Para potências menores, o *soft power* orientado para a liderança hegemônica não traz praticidade para alcançar objetivos políticos e econômicos. Não dá às potências menores percepções práticas de estratégias para usar seus recursos. Portanto, eles precisam desenvolver estratégias alternativas de *soft power* (LEE, 2009). A Coreia do Sul é um desses países que precisa desenvolver novas estratégias para que o uso de *soft power*, com seus recursos culturais, traga bons resultados (CHO, 2012; ISTAD, 2016; LEE, 2009).

O autor apresenta suas próprias categorias e estratégias de *soft power*. Em primeira instância, ele classifica as justificativas para o uso do poder brando em cinco categorias, sustentada por objetivos políticos: (1) para melhorar um ambiente de segurança externa projetando imagens pacíficas e atraentes de um país; (2) para mobilizar o apoio de outros países para as políticas externa e de segurança; (3) para manipular o modo de pensar e as preferências de outros países; (4) para manter a unidade de uma comunidade ou comunidade de países; e (5) para aumentar os índices de aprovação de um líder ou o apoio de um governo (LEE, 2009, p. 125).

O autor explica detalhadamente e exemplifica cada uma das categorias. A primeira categoria normalmente utiliza recursos como slogans nacionais, propostas de políticas e diplomacias públicas para minimizar imagens alarmantes de si mesmo, enquanto projeta a imagem de um país pacífico. Essa estratégia é necessária quando um país está entrando no meio internacional como um membro novo ou transformado. Um bom exemplo é o Japão,

que no cenário pós guerra, tentou melhorar seu ambiente de segurança após seu império ser forçadamente rompido em 1945. Projetou uma imagem pacífica de si mesmo para as suas ex-colônias e a sociedade internacional, por meio de políticas de autocontrole militar e não violência (LEE, 2009).

A segunda refere-se à mobilização de ações coletivas por meio de uma liderança eficaz, onde o país líder precisa justificar essas ações. Exemplos gerais são a justificação de sanções econômicas ou invasões por meio de mecanismos da ONU, como as missões de paz do Conselho de Segurança. A terceira categoria é a que melhor corresponde à definição original de *soft power* de Nye. Visa uma ação direta de mudar as preferências e comportamentos dos outros usando recursos ideológicos, como espalhando teorias ou discursos para que outros países adotem um pensamento específico. O neoliberalismo e a globalização são exemplos de discursos desenvolvidos e difundidos por potências ocidentais. Celebidades internacionais são grandes ativos de poder brando e podem ser importantes na aplicação dessa categoria (LEE, 2009).

A quarta categoria refere-se a identificação da lealdade dos membros de entidades políticas. É muito difícil manter uma grande entidade econômica e/ou política apenas com *hard power*. Os esforços da UE para estabelecer uma constituição comum e instituições como símbolos podem ser entendidos como sua tentativa de criar essa estratégia de *soft power* sobre seus países membros. A última categoria de *soft power* inclui dimensões internas e externas. Na maioria dos casos, essa categoria é voltada para um público doméstico. Exemplos são a criação de heróis nacionais, o nacionalismo e o patriotismo para aumentar a popularidade doméstica do líder ou do governo. Sem uma dimensão internacional, esta categoria não poderia existir (LEE, 2009).

Após classificar as justificativas para o uso do poder brando, Lee Geun apresenta as estratégias para desenvolver esse poder de acordo com os objetivos supracitados, sendo elas:

I. Manipulação ou criação de autoimagem para melhorar o ambiente de segurança: tratamento dado a residentes estrangeiros em um país melhora quando as imagens de seu país natal melhoram, visto que é mais difícil discriminar abertamente uma pessoa quando seu país é respeitado internacionalmente (LEE, 2009, p. 127-128);

II. Manipulação da imagem de outros para mobilizar apoio para ações coletivas: a manipulação negativa das imagens dos outros é passível de melhores resultados. E a manipulação positiva, tende-se ao uso de valores universais como liberdade civil e política, democracia... (LEE, 2009, p. 128);

III. Estratégia de Network Effect: criação de uma rede na qual sua manutenção e expansão beneficia a todos continuamente; a partir da divulgação de padrões, códigos comportamentais e perspectivas comuns (LEE, 2009, p. 128);

IV. Acelerar a Mudança Situacional: tem maior eficácia quando o país que aplica a estratégia tem credibilidade e capacidade de *hard power*; e o alvo está passando por uma crise ou por uma transição instável. Como exemplo: deixar de

apoiar um país que está perdendo uma guerra, acelerando assim a derrota do mesmo (LEE, 2009, p. 129);

V. Heróis e celebridades: ao se tornarem modelos e fazendo comentários ou criando instituições que promovam valores universais, celebridades podem ajudar a definir uma agenda internacional, bem como fabricar um sentimento de orgulho em seu país de origem, coesão nacionalista ou amplo apoio ao governo. Porém, o autor diz que o uso abertamente da fama das celebridades pode produzir efeitos negativos. (LEE, 2009, p. 129)

Entretanto, para todas as definições de *soft power*, exercer um poder de atração é mais complexo do que se aparenta. A influência gerada pode acarretar tanto efeitos positivos quanto efeitos negativos, e isso é deixado claro por Nye. Se o ator exerce atração mas seu alvo tem valores totalmente diferentes do que os que o ator oferece, então a influência que o mesmo quer gerar não será bem-aceita. Por isso o poder brando é reconhecido por ser relativo e não concreto como o poder duro. Tudo depende do tipo de recurso que deve ser trabalhado dependendo do alvo que se quer atingir. Por depender de muitas variáveis é um poder difícil de obter. Para que o poder brando seja confiável, é preciso conquistar credibilidade com o que se oferece (NYE, 2012).

Existem dois modelos de como o poder brando afeta seu alvo: direto e indireto. No primeiro modelo os recursos são usados para induzir influência diretamente nos atores governamentais, causando uma atração direta e o governo decide o resultado positivo ou negativo dessa atração. No modelo indireto, os recursos são usados para causar influência no público, trazendo uma reação de atração ou repulsão que será capacitada ou incapacitada pelo ambiente, e só então haverá a decisão positiva ou negativa dos líderes políticos (NYE, 2012). Nesse segundo modelo, o ator faz esforços para criar atração que influencie terceiros, como é o caso da diplomacia pública da Coreia do Sul.

Nye descreve casos do uso de poder brando com resultados positivos, como é o caso do imperialismo cultural dos Estados Unidos que, principalmente por sua indústria de cinema, se destaca até hoje exercendo influência em grande parte do mundo. Ou até mesmo como no caso do Vaticano, que tem um *soft power* bem estruturado através da religião. Por meio de uma ideologia do catolicismo muito forte consegue ditar regras morais que são seguidas por milhares de pessoas. Assim como também descreve casos que obtiveram resultados negativos, como no *soft power* europeu que teve um impacto importante para alcançar objetivos ambientais de longo prazo depois da Guerra Fria, porém, quando ocorreu o encontro sobre o clima em Copenhague (2009) a influência de seu exemplo doméstico não foi efetivo. Ou quando a China usou, em 2006, o aniversário das explorações de Zheng He, buscando justificar sua expansão naval moderna para o oceano Índico. Porém isso não produziu uma

reação positiva na Índia, na verdade conduziu para uma desconfiança em relação às ambições navais dos chineses (NYE, 2012, p. 122-125).

O uso do poder brando em uma estratégia direta do governo é mais difícil do que quando incorporada por outros atores, como empresas e ONGs; isso porque o comportamento do alvo importa tanto quanto os agentes. De acordo com Nye (2012), o real motivo da dificuldade dos governos em utilizar o poder brando se deve ao fato de que os caminhos do poder brando são frequentemente indiretos e não trazem resultados imediatos como um poder coercitivo, é algo que leva mais tempo para obter do que o *hard power*. Além de que alguns dos objetivos gerais do poder brando são difusos e os governos raramente têm pleno controle de todos os instrumentos. Então, se há tanta dificuldade no manuseio de um tipo de poder, porque um governo escolhe utilizá-lo?

No “século da informação” em que vivemos o governo deve projetar esforços com o conhecimento de que o poder brando é menos hierárquico. Sendo difundido dos estados para os atores não estatais. Principalmente em uma era em que as redes sociais se tornaram importantes disseminadores de informação, e a opinião do público tem maior relevância. Os líderes precisam levar em consideração a cooptação ao invés do comando (NYE, 2012). Quando um país não possui recursos coercitivos suficientes, como capacidades militares, o país pode considerar o *soft power* como meio alternativo para atingir certos objetivos políticos e econômicos (LEE, 2009).

Ademais, em um mundo onde a democracia é o principal sistema de governo, o *soft power* se torna mais palpável para exercer influência. A participação do povo nas decisões de um Estado, hoje, tem grande peso. Somando isso ao fato de que a informação é disseminada rapidamente e com a difusão de poder fora das instituições estatais, a diplomacia pública e cultural se tornaram eficientes instrumentos do poder brando. A diplomacia pública auxilia a Coreia do Sul exercendo papel na comunicação com o público de outros países — fazendo o uso da terceira categoria da aplicação de *soft power* apresentado por Lee — influenciando suas preferências para expandir a exportação de produtos da cultura coreana, ou aumentando o turismo em seu país. Dessa forma se torna possível atingir objetivos nacionais de natureza não somente cultural, mas também política e econômica.

### **1.1 A Diplomacia Pública como ferramenta de *Soft Power***

Com a globalização, a diplomacia intergovernamental, conhecida como a clássica comunicação direta entre líderes e representantes dos governos, por si só não consegue garantir benefícios satisfatórios às nações (NYE, 2012). Isso não significa que a diplomacia

clássica não seja eficaz; mas não é mais tão persuasiva para o público dos países. A população de um país passou a ter mais poder com a capacidade de acessar informações e expressar suas opiniões sobre política externa; isso se intensificou com a preferência, praticamente global, na democratização e no desenvolvimento da informação (CHO, 2012).

O poder do povo foi fortalecido e expandido, e a globalização facilitou ainda mais as trocas entre atores privados ao tornar as relações entre as nações mais próximas do que nunca. As opiniões de indivíduos e grupos de interesse, incluindo ONGs, sobre questões políticas tornaram-se elementos-chave no processo de tomada de decisão da política externa. As atitudes e a opinião pública começaram a exercer influência direta sobre a capacidade de uma nação de obter ganhos diplomáticos (CHO, 2012).

Mediante as mudanças de estratégias e relações sociais, os governos também acharam conveniente se comunicar com públicos de outros países “em um esforço para influenciar outros governos”, essa forma de influência indireta é o que é chamado de diplomacia pública, a qual visa a comunicação com os cidadãos, e não com o governo, de uma nação. A diplomacia pública se tornou uma das principais formas de um governo exercer o *soft power* politicamente. Dessa forma as decisões estatais se tornam presentes mesmo que o resultado seja gerado por outros atores não governamentais. O poder brando é gerado apenas em parte pelo que o governo faz mediante suas políticas e diplomacia pública (NYE, 2012, p. 139).

Yun Young Cho (2012) apresenta a definição de diplomacia pública, neste novo cenário, como a maneira que o governo de um país promove seus interesses nacionais disseminando sua cultura, ideologia, valores, instituições e objetivos nacionais. Por meio de interações recíprocas, horizontais e interativas com governos e públicos de outros países (CHO, 2012). Portanto, a diplomacia pública nas Relações Internacionais é a comunicação com públicos de outros países com o objetivo de influenciar estes públicos. É, especificamente, uma diplomacia de *soft power*.

A diplomacia pública envolve esforços tanto de entidades governamentais quanto de não governamentais, como cidadãos, empresas privadas e ONGs. Inicialmente, os governos tentaram disseminar de forma independente seus ideais e políticas para públicos estrangeiros a fim de atingir seus objetivos. Porém, à medida que a globalização e a tecnologia mudaram o ambiente sociopolítico, a diplomacia pública foi estendida para atores não estatais. Isso reforça a diplomacia pública como instrumento de *soft power*, o qual necessita do trabalho em conjunto de atores estatais e não estatais, como já dito. Assim como no poder brando a participação desses outros atores não tira o Estado de seu papel central, a diplomacia não pode ser realizada de forma eficiente sem o direcionamento do governo (ISTAD, 2016).

Um conceito que relaciona a diplomacia com a área privada é o ‘*nation branding*’. Esse conceito de branding tem origem no marketing empresarial, e refere-se à tentativa das empresas de formar uma imagem favorável junto aos seus clientes por meio da criação de uma marca (*branding*). Atualmente, os governos também estão fazendo esforços para melhorar seu perfil internacional por meio de medidas de *branding*. Esta semelhança entre a gestão empresarial e a pública apresenta uma sobreposição entre as duas disciplinas acadêmicas do marketing empresarial e das relações internacionais. No entanto, deve-se notar que a marca da empresa e a da nação se diferenciam em relação aos seus objetivos, enquanto as empresas buscam atrair e reter clientes, os países buscam utilizar o poder brando para atingir objetivos políticos e econômicos, promover exportações e atrair investimentos estrangeiros e turistas (DINNIE, 2009).

A diplomacia pública, baseada no poder brando de um país para disseminar políticas, valores e cultura governamentais para audiências estrangeiras, começou a buscar trocas mútuas horizontais e bidirecionais por meio de vários círculos diplomáticos e novas mídias (CHO, 2012). Promover imagens atrativas de um país não é algo novo, há esforços do uso de *soft power* em toda a história, e com a diplomacia pública não é diferente. Já no século XX as propagandas e campanhas se tornaram importantes fontes de comunicação com o público. Em 1920, com o surgimento da tecnologia do rádio, as transmissões se tornaram dominantes modelos de diplomacia pública. Como é o caso da BBC, fundada em 1922, e é uma fonte comum de informação até os dias atuais (LEE, 2009).

A chegada da rádio também teve impacto na Coreia do Sul. No capítulo dois desta monografia será explicado alguns fatores por trás da formação da cultura coreana antes da cultura pop ser realmente usada como um instrumento de *soft power*, sendo parte do processo histórico do que é o fenômeno cultural coreano hoje. Uma maior capacidade econômica e padrão de vida do país funcionaram como um impulsionador para apoiar o florescimento da cultura popular. Nesse processo, na década de 1990, a popularidade das canções coreanas na Coreia ultrapassou gradualmente a popularidade das canções pop estrangeiras, e as estações de rádio rapidamente expandiram suas porções de transmissão (LEE, 2009).

Para que a onda coreana se consolidasse, foi preciso disseminar a valorização da cultura dentro do país e assim o próprio governo mobilizar esforços para a exportação da mesma. Afinal, deve-se seguir o que se prega para que haja uma maior credibilidade em relação às suas ideologias. Isso foi um importante fator impulsionador da cultura, pois para que se tornasse popular no meio internacional foi preciso se tornar popular primeiro entre os

sul-coreanos. Assim sendo, o governo teve interesse em colocar esforços na “exportação” da cultura.

Nos dias atuais, os governos tentam utilizar a diplomacia pública para aplicar o poder brando diante de novos problemas. A razão para isso é, como dito no tópico anterior, a democracia. Como diz Nye (2012), quase metade dos países do mundo são atualmente democracias, dessa forma a opinião pública tem grande peso e a diplomacia direcionada para o público se torna tão importante para os resultados quanto às comunicações diplomáticas tradicionais entre os líderes dos países. A informação cria poder e, hoje, uma parcela muito alta da população mundial tem acesso a esse poder.

Visto isso, a política tornou-se uma disputa de credibilidade competitiva, e passar credibilidade é a base do poder brando. Além da definição, é importante entender qual o papel que a diplomacia pública tem para uma nação. Young Cho (2012) entende que, primeiro, a mesma deve ajudar a promover a imagem de uma nação. Em segundo lugar, deve ajudar a nação a formar uma relação duradoura com outras nações, com base no acúmulo de confiança entre as nações. Terceiro, e acima de tudo, deve promover a compreensão e justificação das políticas realizadas por uma nação.

O uso da cultura na diplomacia pública, como faz a Coreia do Sul, é chamado de Diplomacia Cultural. É um tipo de diplomacia pública que conversa com os domínios do *soft power*, a qual inclui a troca de ideias, arte, informação, e outros aspectos da cultura de um país com outras nações e os seus povos a fim de promover a compreensão mútua e a credibilidade de seus ideais (WALLER, 2007; Departamento de Estado dos EUA, 2005). Isso é considerado o eixo da diplomacia, já que é nas atividades culturais que a ideia que uma nação tem de si mesma é melhor representada (ISTAD, 2016).

Esse tipo de diplomacia é praticada através de vários instrumentos e métodos, que vão desde o contato pessoal e entrevistas até o uso de mídias sociais e intercâmbios educativos. Há uma variedade de conteúdos para o funcionamento desses métodos, como músicas, livros, animações, filmes, quadrinhos e programas de televisão. Em grande medida, a diplomacia cultural corresponde às indústrias culturais, também chamadas de “indústrias de conteúdo” e “indústrias criativas” (ISTAD, 2016; NYE, 2012). O resultado que temos, então, é uma fusão dos esforços de atores governamentais, intergovernamentais e não governamentais, cada um usando a diplomacia cultural para atingir o objetivo de levar elementos da Coreia do Sul para o público de outros países.

Nye (2012) sustenta que a diplomacia pública usando recursos de *soft power* é um pré-requisito para atingir os objetivos das políticas diplomáticas de uma nação, e um meio

para ajudar uma nação a manter seu poder na sociedade internacional. Ele categoriza as três dimensões da diplomacia pública que, segundo ele, ajudam uma nação a atingir seus objetivos: comunicação diária; comunicação estratégica; e o relacionamento sustentável entre indivíduos por meio de atividades acadêmicas, intercâmbios, treinamentos, seminários e diversos veículos de mídia.

A primeira dimensão, e o mais imediato, é a comunicação diária, que é medida em horas, dias e semanas. Isso é exemplificado no caso sul-coreano como as propagandas diárias, a comunicação das celebridades com os fãs, os anúncios de shows, lives das celebridades nas redes sociais e novos dramas em plataformas de streaming. O segundo estágio é a comunicação estratégica, que desenvolve um conjunto de temas simples, de forma muito parecida com a usada por uma campanha política ou de propaganda. Uma campanha de diplomacia pública planeja eventos simbólicos e comunicações para reforçar temas ou para progredir uma política do governo. Eventos especiais como a Copa do Mundo na África do Sul se ajustam a essa descrição. O Ex-Presidente da África do Sul, Jacob Zuma, justificou os gastos na Copa do Mundo como uma oportunidade de *marketing* (NYE, 2012).

Essa estratégia política é nítida em esforços do governo sul-coreanos, e há eventos muito recentes que podem exemplificar isso, como é o caso do grupo de K-pop BTS. Um dos integrantes do grupo, chamado Jungkook, cantou a música oficial da cerimônia de abertura da Copa do Mundo de 2022, que foi sediada no Catar. De acordo com a notícia apresentada no próprio site do governo, foi o primeiro ato coreano a cantar a música oficial das finais da Copa do Mundo ao apresentar "Dreamers" na cerimônia de abertura. Sua apresentação em 20 de novembro no Al-Bayt Stadium em Al Khor, Catar, apresentou o tema "Harmonia da Humanidade". O cantor e ativista catariano Fahad Al Kubaisi juntou-se ao meio da música e cantou junto, elevando a atmosfera (KOREA.net, 2022a). Esse evento trouxe uma nova visão para a Coreia do Sul que agrega com a boa visão que o país já tinha internacionalmente por conta do fenômeno *Hallyu* e dos esforços do governo.

Outro evento muito importante do grupo BTS, noticiado pelo site da Organização das Nações Unidas (ONU), foi sua participação e discurso feito na abertura da 76ª Assembleia Geral da ONU, em 2021, em prol das 17 metas globais. O grupo lembrou como adolescentes e jovens foram afetados pela pandemia, mostrando como a geração continua lutando mesmo em situações inesperadas. Além de incentivarem a vacinação contra a Covid-19 e parabenizaram a resiliência dos jovens ao longo da pandemia. O BTS encerrou a participação no evento com uma performance da música *Permission to Dance*, gravada dentro da Assembleia Geral e nos jardins das Nações Unidas (ONU News, 2012).

Esse evento auxiliou no compartilhamento da visão política da Coreia do Sul durante a época da Pandemia do COVID-19, a partir disso foi reforçada a posição do governo sul-coreano quanto à saúde e à vacinação das pessoas. Esse tipo de comunicação não é unilateral nem interativa, e cumpre o papel de propagar informações sobre políticas nacionais e construir imagens por meio de comunicações cotidianas. É o padrão de diplomacia pública voltado para a construção de uma imagem nacional (CHO, 2012). Dessa forma, vemos onde se aplica de forma prática a última estratégia *soft power*, postulada por Lee Geun (2009), onde ele defende o uso de celebridades. Ele diz que os ídolos se tornam modelos e promovem valores, ajudam a definir uma agenda internacional, bem como fabricar um sentimento de orgulho em seu país de origem. E foi exatamente isso que o grupo BTS trouxe para a perspectiva sul-coreana.

A terceira dimensão inclui programas de intercâmbio entre pessoas e esforços na área acadêmica. Comunicar-se por meio de operações e serviços de socorro globais faz parte da diplomacia pública que consolida alianças de longo prazo entre as nações. Esses três ajudaram o país a usar seus recursos de *soft power* para construir a imagem que deseja para si mesmo. O uso consistente dos três tipos de atividades é fundamental para o sucesso da estratégia diplomática pública de uma nação. Para que as relações públicas sejam bem-sucedidas, é necessário monitorar de perto a mudança da situação diplomática e manter relacionamentos de longo prazo por meio de programas de intercâmbio sustentados, em vez de relações públicas fragmentadas focadas na imagem da nação (CHO, 2012). Na pior das hipóteses, a imagem pública pode ser manchada. Portanto, é preciso de uma diplomacia que entenda e ouça outros países com base em intercâmbios sustentados e de longo prazo, em vez de transmitir mensagens unilateralmente.

Para Cho (2012), a diplomacia pública da Coreia do Sul ainda não é completa, e nem totalmente eficaz, apontando que o deslize sul-coreano está nessa última dimensão e que o país também deve buscar traçar estratégias de acompanhamento. A Onda Coreana vem recebendo muita atenção e seu potencial no domínio da diplomacia pública são altas, mas também são altas as preocupações associadas a esse recurso de *soft power*. Dramas e programas de shows produzidos por mídia de transmissão, filmes e ídolos do K-pop apresentados como negócios lucrativos por organizações privadas — como emissoras, empresas de entretenimento e produtores de dramas e filmes —, não são do interesse de eleitores privados. No entanto, o poder da onda coreana ainda é forte. Sua fronteira continua a se expandir à medida que os cantores de K-pop fazem incursões na Europa e nos Estados Unidos. Isso deve ser visto como um resultado preliminar (CHO, 2012).

As pessoas ao redor do mundo estão se tornando mais conscientes da Coreia. Portanto, a Coreia do Sul precisa fornecer um espaço para transformar esse interesse em conhecimento prático. O interesse acadêmico pela diplomacia pública está crescendo. No entanto, Cho diz que a pesquisa até o momento falhou em fornecer à Coreia do Sul uma estrutura para uma diplomacia pública concreta e bem-sucedida. O governo sul-coreano carece de uma estratégia diplomática pública concreta que vá além de anunciar a presença da Coreia do Sul.

Até agora, o governo considerou a diplomacia pública como diplomacia cultural no sentido estrito. No entanto, a diplomacia cultural é amplamente dominada pelo conteúdo cultural, e os governos tendem a contar com o setor privado para sua produção. No caso da Coreia do Sul, o governo deve estar envolvido na diplomacia pública mas sua estratégia está sujeita às condições do setor privado. A Coreia do Sul tem conteúdo limitado direcionado à diplomacia cultural. Como tal, é difícil esperar que as ideias estratégicas atuais se traduzam em políticas reais (CHO, 2012).

Analisando por esse caminho, fica difícil entender se as estratégias de diplomacia pública do governo sul-coreano realmente trouxe um impacto a mais, na visibilidade do país, do que o fenômeno *Hallyu* consegue fazer por si só a partir desse meio privado das empresas de entretenimento e dos ídolos. Por meio do artigo do Young Cho (2012), a impressão que temos é de que elementos culturais, sozinhos, não conseguem construir políticas externas concretas. Contudo, não é isso que a onda coreana tem passado, após trazer maiores benefícios econômicos e diplomáticos para a Coreia do Sul, e isso com acompanhamento e apoio de um sistema de disseminação da cultura do próprio governo sul-coreano.

Dessa forma, para entender o uso do fenômeno *Hallyu* como uma ferramenta de *soft power*, será explicado primeiro sobre a definição e o surgimento desse fenômeno, assim poderemos entender o processo para que o próprio governo começasse a usá-lo em seus esforços e os reais impactos que a movimentação dos atores governamentais trouxeram para as estratégias de diplomacia pública do país.

## **1.2 O fenômeno *Hallyu* e seu potencial de *Soft Power* para a Coreia do Sul**

Nos últimos anos, houve um aumento do consumo da cultura sul-coreana em todo o mundo. Essa visibilidade começou em uma pequena parte do leste da Ásia e se espalhou pelo resto do mundo, incluindo o sudeste da Ásia, a Europa e as Américas (JANG, PAIK. 2012). De acordo com o livro “Fatos sobre a Coreia” publicado pelo Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul (MCST) (2022), o *Hallyu* — ou Onda Coreana como é conhecido no meio internacional —, é o termo que representa a popularidade global do conteúdo cultural

da Coreia do Sul. Desde o final dos anos 1990, os programas de TV e a música pop coreana atraiu a atenção na China, Taiwan, Hong Kong e Japão. Hoje, o conteúdo e os artistas coreanos estão expandindo sua influência, obtendo boas respostas de todo o mundo (MCST, 2022, p. 223).

Como mencionado na introdução, o termo *Hallyu* foi usado pela primeira vez em uma reportagem no *Beijing Youth Report* em novembro de 1999, e é ligado a vários elementos culturais, como a música e cinema. Se tornou bordão nacional com o sucesso fenomenal do primeiro show do grupo H.O.T na China, em fevereiro de 2002. A disseminação da cultura coreana começou com a exportação de produtos culturais para os países asiáticos vizinhos, e então evoluiu para audiências mais globais como Europa e Américas (LEE, 2009). Lee Geun (2009, p. 130) ainda seleciona algumas definições do *Hallyu* comumente usadas, como uma “preferência entusiástica pela cultura popular coreana” e “um fenômeno de popularidade da cultura coreana no leste da Ásia, incluindo música pop, dramas, cinema, peças de teatro, moda, culinária, jogos e animação”.

Lee afirma que a onda coreana passou a incluir o entusiasmo “planejado e mercantilizado” pela cultura sul-coreana, liderado principalmente pela indústria cultural. Como resultado, o público da *Hallyu* se expandiu de jovens consumidores para o público em geral. O entusiasmo pela cultura popular da Coreia do Sul, produzido pela onda coreana, naturalmente levou a um consumo em massa de símbolos e ideias relacionadas ao país. Isso levou à formação de imagens, percepções e opiniões específicas sobre a Coreia do Sul pelas pessoas nos países onde a onda coreana existe. Por essa razão, a onda coreana se transformou em um recurso eficaz com potencial para desenvolver o *soft power* sul-coreano (LEE, 2009).

Esse fenômeno pode ser dividido em quatro períodos, de acordo com o elemento cultural de maior influência: *Hallyu* 1.0 (liderado pelos K-dramas), *Hallyu* 2.0 (liderado pela música K-pop), *Hallyu* 3.0 (liderado pela cultura K) e *Hallyu* 4.0 (liderado pelo estilo K). A segunda onda *Hallyu* incluiu não apenas produtos culturais pop coreanos, mas também produtos como jogos digitais, cosméticos, cirurgia plástica etc. Em relação a um recorte temporal, o *Hallyu* é dividido em duas épocas: uma fase de 1990 a 2007 e outra fase de 2007 até os dias atuais. O período de 1990 a 2007 testemunhou o avanço da tecnologia, a revolução dos smartphones e o advento das redes sociais, que permitiram aos fãs desfrutar dos produtos culturais sul-coreanos em todo o mundo.

O *Hallyu* está mudando de forma desde o seu início na década de 1990, o que levou a essa divisão de suas dimensões. Na fase inicial, o *Hallyu* limitava-se em grande parte ao drama coreano, filmes coreanos em países do leste e sudeste da Ásia. Mas após o advento das

mídias sociais e internet, aproximadamente após os anos 2000, a onda coreana tem se expandido continuamente para fora da Ásia. Além disso, há a inclusão da música K-pop, cosméticos, animação, jogos, turismo, entre outros no atual *Hallyu* (GANGHARIYA; KANOZIA, 2020).

Gunjoo Jang e Won K. Paik (2012) apontam três características sobre a Onda Coreana. Em primeiro lugar, o *Hallyu* não é originalmente uma onda 'coreana', mas sim uma mistura das culturas tradicionais coreanas e ocidentais, com influência particular da cultura estadunidense, já que grande parte das produções musicais e do cinema teve influência dos Estados Unidos. Eles trazem os argumentos de Shim (2006), de que essa hibridização funcionou como agentes culturais locais para interagir com formas globais, usando-as como recursos através dos quais os coreanos constroem seus próprios espaços culturais. A cultura pop coreana seduz o público combinando as imagens atraentes da modernidade ocidentalizada com a quantidade certa de sentimentalismo asiático. A Coreia pegou culturas estrangeiras avançadas e combinou com sua própria cultura e valores (JANG, PAIK. 2012). Essa característica do fenômeno *Hallyu* é chamada de “hibridismo tempo/espaço” e será melhor analisada no capítulo três.

A segunda característica é que a propagação da onda coreana produziu diferentes impactos em nível internacional. Eles trazem alguns exemplos como a apropriação taiwanesa das culturas japonesa e coreana que também criou e promoveu uma forma híbrida de cultura e consumo, mas não produziu homogeneização ou autonomia cultural. Na Malásia, a onda coreana contribuiu para melhorar as imagens favoráveis da Coreia, aumentando o interesse dos malaios na sociedade e na cultura da Coreia. Essa segunda característica se conecta com a terceira que fala sobre os movimentos que surgiram contra a onda coreana em alguns países da Ásia (JANG, PAIK. 2012).

Essa característica é explorada por Lee (2009) quando afirma que em resposta à rápida disseminação da onda coreana, houve sérias repercussões na forma de um movimento e slogans de “onda anti-coreana”. De certa forma, o surgimento de slogans de ondas anti-coreanas é uma evidência do sucesso da onda coreana nos países onde os slogans estão aparecendo. Mas, ao mesmo tempo, os slogans da onda anti-coreana também são o resultado de uma penetração unidirecional da cultura coreana nos países. O aparecimento de slogans de ondas anti-coreanas no Japão, China e Taiwan sustenta a visão de que os intercâmbios culturais entre a Coreia e esses países não foram realmente recíprocos (LEE, 2009). Esta é uma boa lição para os pensadores do *soft power* da Coreia do Sul, porque os casos mostram que os recursos de um país podem facilmente se tornar uma faca de dois gumes. Provando o

ponto levantado por Nye (2012) de que o *soft power* é relativo e pode trazer tanto resultados bons quanto ruins, por isso é complexo de se trabalhar.

Dessa forma, é importante entender todos os elementos que compõem o *Hallyu* e a dimensão de sucesso que os mesmos tem alcançado no meio internacional. O K-Pop, música pop coreana, é o principal elemento da onda coreana e consolidou-se como um gênero legítimo no mercado mundial de música. Os consumidores do *Hallyu* fora da Coreia do Sul escolheram o K-Pop como a imagem que mais associaram ao país por cinco anos consecutivos. O K-Pop é formado pelas chamadas bandas ‘idols’, referidos dentro da cultura como grupos e são divididos em gerações. BTS e BLACKPINK fazem parte da terceira geração e são os grupos que mais representam a onda coreana, por serem os mais conhecidos atualmente. Outros grupos de idols incluem GOT7, TWICE, EXO, Red Velvet, NCT, Monsta X e vários outros famosos. Recentemente, os idols da quarta geração liderados por ITZY, Aespa, Stray Kids e NewJeans desfrutaram da grande popularidade que foi cultivada pelas outras gerações (MCST,, 2022, p. 224-225).

Os sete membros do BTS contribuíram essencialmente para o reconhecimento do K-Pop como um gênero entre os fãs internacionais. O BTS ganhou destaque global ao ganhar o prêmio “Top Social Artist” no Billboard Music Awards de 2017. Chegou ao topo da parada da Billboard 200 em fevereiro de 2020, e seu álbum “Map of the Soul: 7” manteve altas classificações por 23 semanas consecutivas. 2021 foi um ótimo ano para o BTS, a Onda Coreana e o K-pop em geral. O grupo lançou dois singles, "Butter" e "Permission to Dance", que alcançaram o primeiro lugar na Billboard Hot 100. "Butter" permaneceu no topo por dez semanas no total, que é o recorde mais longo entre as músicas lançadas em 2021. Além disso, “Butter” foi substituído da primeira posição apenas por “Permission to Dance”, que foi mais uma vez substituído por “Butter” quando recuperou o topo. BTS é o primeiro músico/grupo a ter suas músicas alternadamente no topo da parada Hot 100 por duas semanas. Essa conquista, entre outras, levou o grupo a ganhar o prêmio de Artista do Ano no American Music Awards de 2021 (MCST,, 2022, p. 224-227).

A banda feminina de quatro membros, BLACKPINK, lidera os anos dourados do K-Pop. O segundo álbum do grupo, Born Pink, lançado em 2022, alcançou o topo da parada da Billboard 200 e o número 1 na parada oficial de álbuns do Reino Unido. O BLACKPINK se tornou a primeira banda feminina a chegar ao topo da Billboard 200 desde 2008, e a primeira artista/grupo feminino asiático a vencer ambas as paradas. Ainda em 2022, pela primeira vez para grupos femininos coreanos, o grupo ganhou dois prêmios no MTV Video Music Awards (VMA) de 2022: Melhor Performance Metaverse e Melhor Canção K-Pop. A

partir disso, percebe-se que o K-Pop vem expandindo sua influência em todo o mundo. Em 2019, o MTV VMA adicionou o K-Pop como uma nova categoria, e o American Music Awards criou sua própria categoria K-Pop em 2022. A onda coreana também varreu a cena da música clássica, 37 coreanos ficaram entre os três primeiros colocados em 25 competições internacionais de música apenas no primeiro semestre de 2022 (MCST, 2022, p. 226-227).

Outro elemento que representa a Onda Coreana são os K-Dramas. Os programas de TV coreanos são amados por telespectadores fora do país há cerca de duas décadas. “What Is Love” fez sucesso na China em 1997, e “Winter Sonata” foi um grande sucesso no Japão em 2003. Dae Jang Geum (MBC), uma série de TV sobre a culinária real, exibida entre 2003 e 2004, foi exportada para 91 países em todo o mundo, incluindo Japão, China e Turquia. Após uma breve pausa, os dramas “My Love from the Star” (2013) e “Descendants of the Sun” (2016) tiveram muitos seguidores em outros países, reacendendo o *Hallyu*. Em 2019, a primeira série coreana original da Netflix, “Kingdom”, foi amplamente reconhecida por seu roteiro e excelente direção. Além disso, os telespectadores desse drama fora da Coreia expressaram seu apreço pela arquitetura e estilos de roupas da dinastia Joseon. Em particular, a crescente curiosidade sobre o tradicional chapéu masculino coreano chamado “gat” contribuiu para o aumento de sua venda no site global de compras online Amazon.com (MCST, p. 227-229).

Desde o lançamento de “Squid Game”, o *Hallyu* tem sido impulsionado no setor de programas de TV. Lançada em 2021, a série superou todos os recordes anteriores associados ao conteúdo de streaming global no mundo. Squid Game foi assistido por 142 milhões de lares durante os primeiros 28 dias após seu lançamento, tornando a série a primeira a atingir essa marca. A Netflix divulgou o total de horas de exibição de cada conteúdo em seu site, Squid Game atingiu um total de 1.650 milhões de horas de exibição nos primeiros dias, o que é um recorde na história do serviço de streaming. Squid Game ficou no topo por 46 dias consecutivos e, pela primeira vez, um drama não inglês foi premiado por seis Emmys, incluindo Melhor Diretor e Melhor Performance Masculina (MCST, 2022).

A pandemia do COVID-19 em 2020 impulsionou o crescimento da base internacional de fãs de séries coreanas. “Crash Landing on You” foi ao ar em 2020 e estreou em 190 países por meio da Netflix. Causou sensação na Ásia, incluindo o Japão, onde alcançou a lista dos 10 programas mais populares da Netflix por 10 semanas. “Itaewon Class” (2020), se tornou um grande sucesso no Japão, especialmente devido ao apoio dos espectadores masculinos japoneses e um remake local da série também foi produzido. Outros lançamentos da Netflix, como “Vincenzo” e “Hometown Cha-Cha-Cha”, também permaneceram no topo por períodos

prolongados. Em julho de 2022, “Advogada Extraordinária Woo” foi lançado na Netflix e liderou as listas de programas de 20 países (MCST, 2022, p. 230-231).

Além disso, A Coreia tem o quinto maior mercado de filmes do mundo, superado apenas pela América do Norte, China, Japão e Reino Unido. Os filmes coreanos representam cerca de 51% dos espectadores do país. O interesse global em filmes coreanos cresceu após uma série de sucessos em festivais internacionais de cinema nos anos 2000. Os filmes e cineastas coreanos foram reconhecidos várias vezes pelos três principais festivais de cinema: Festival de Cinema de Berlim, Festival de Cinema de Cannes e Festival de Cinema de Veneza. Para muitos espectadores fora da Coreia, a barreira psicológica da necessidade de assistir a legendas foi significativamente reduzida com o interesse global em filmes coreanos (MCST, 2022, p. 231-232).

O diretor Bong Joon-ho se tornou o primeiro diretor coreano a ganhar o prêmio Golden Palm no Festival de Cinema de Cannes de 2019 por seu filme “Parasita”. Um sucesso seguido por quatro grandes Oscars em 2020, Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Original Roteiro e Melhor Longa-Metragem Internacional. O sucesso do filme aumentou ainda mais o interesse global em filmes coreanos. De acordo com uma pesquisa realizada pela Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE) em 2021 com 8.500 entrevistados de 15 a 59 anos em 18 países, 80,6% dos entrevistados responderam que gostam de filmes coreanos, superados apenas pelos K-dramas, com 81,6%. Além disso, a maior porcentagem de entrevistados relatou que adora filmes coreanos por sua história bem organizada (33,3%), seguido pela singularidade da cultura coreana (24,3%), excelente desempenho dos atores (23,5%) e pela bela aparência de atores (23,4%) (MCST, 2022, p. 232-233).

A literatura coreana tem aumentado sua presença no mercado global desde que seu potencial foi reconhecido pela primeira vez em 2010. Vários escritores coreanos ganharam prêmios literários globais de prestígio e alcançaram resultados significativos nos mercados editoriais em várias regiões. Han Kang ganhou o Man Booker International Prize por seu conto “The Vegetarian” em 2016, e o Malaparte Prize, um prestigioso prêmio literário na Itália, por seu romance “Human Acts” em 2017. A literatura infantil coreana também tem impulsionado a onda coreana ao ganhar inúmeros prêmios. Por exemplo, Baek Hee-na, autora de “Cloud Bread”, ganhou o prêmio de literatura infantil de renome mundial, o Astrid Lindgren Memorial Award (ALMA) na Suécia em 2020. Todos os 13 de seus livros são populares em toda a Ásia e foram traduzidos para vários idiomas (MCST, 2022, p. 234-237).

Outra característica importante da Onda Coreana é seu potencial na era digital. Os Webtoons e animações coreanas estão ajudando o mercado de quadrinhos a crescer. Webtoons são histórias em quadrinhos originais da Coreia do Sul, com alto potencial para adaptação de filmes ou séries de TV. Os K-dramas “True Beauty” (2020) e “Weak Hero Class” (2022) são exemplos de webtoons que foram adaptados para dramas, e tem uma audiência internacional muito grande. Em 2020, o valor total do mercado coreano de webtoons cresceu KRW 413,7 bilhões em relação ao ano anterior, ultrapassando KRW 1 trilhão. Além disso, “Sweet Home”, uma série de webtoon com mais de 1,2 bilhão de visualizações, também foi transformada em uma série da Netflix e tornada o top 3 da Netflix nos Estados Unidos (MCST, 2022, p. 238-239).

A comida, a moda e os produtos de beleza coreanos são os elementos culturais da Onda Coreana que estão ganhando visibilidade atualmente. Lanches coreanos ficaram famosos após aparecerem em séries e filmes, como o doce de açúcar chamado Bbobgi (뽕기) ou Dalgona (달고나) que ganhou a atenção ao ser apresentado no terceiro episódio de Squid Game. O sucesso do filme Parasita levou ao reconhecimento mundial do prato coreano de macarrão chamado de jjapaguri (짜파구리), também conhecido como Ram-Don. Esses exemplos mostram que os alimentos coreanos se tornaram representativos da onda coreana junto com o K-Pop (MCST, 2022, p. 241-242).

Restaurantes coreanos estão abrindo em Paris, Londres, Nova York e outras grandes cidades com grande aclamação, e o Brasil não está fora disso. As comidas coreanas também chamaram a atenção de pessoas de todo o mundo interessadas em estilos de vida ecológicos, devido à grande variedade de pratos de vegetais. Em 2004, a OMS escolheu os alimentos coreanos como um dos alimentos nutricionalmente mais equilibrados. O USA Today publicou que o kimchi era um dos pratos que se esperava ser popular em 2020 (MCST, 2022).

Uma notícia do site do MCST da Coreia do Sul diz que exportações de *Ramyeon*, macarrão instantâneo coreano, foram impulsionadas graças ao marketing do *Hallyu* e a demanda contínua por alimentos de conveniência em caso de ressurgimento do COVID-19. De janeiro a setembro de 2022 atingiram um recorde de KRW 800 bilhões. Analisado por país, a China foi o maior mercado de *ramyeon* com US\$ 132,4 milhões. Um aumento de 24,7% graças à crescente demanda por alimentos de conveniência e maior interesse no macarrão coreano apoiado pelo boom do *Hallyu* na China. Nos EUA, as exportações saltaram 15,2% em relação a 2021, mas no Japão caíram 2,3% (KOREA.net, 2022b).

A Coreia do Sul é o terceiro maior exportador de cosméticos do mundo, depois da França (US\$ 1,79 bilhão) e dos EUA (USD 0,96 bilhão). Apesar do COVID-19, o país

exportou uma quantidade recorde de cosméticos em 2021. As exportações totais de cosméticos em 2021 registraram um aumento de 21,3% em relação ao ano anterior, atingindo US\$ 0,92 bilhão. A participação de mercado das exportações coreanas aumentou de 8% em 2015 para 16% em 2018, e 31% em 2021. Os produtos cosméticos coreanos representaram 6% de todos os produtos cosméticos importados para os EUA em 2015 e atingiram 10% em 2018 e 13% em 2021. Além disso, o aumento da influência global da música, filmes e cultura coreana impulsionou o consumo de produtos coreanos e expandiu seus mercados. Isso é uma mudança muito grande, em comparação com o passado, em que os produtos de beleza coreanos dependiam de lojas de rua na China. (MCST, 2022, p. 242-244).

A Coreia também está conquistando sua presença no mercado global de moda. A indústria da moda coreana registrou exportações totais de US\$ 515 milhões no primeiro trimestre de 2022, representando um aumento de 14,4% em relação ao ano anterior. Os produtos de moda coreanos foram um dos principais beneficiários do poder brando da Coreia, que se mostra no crescimento dos itens exportados online. Esses itens, geralmente de marca usados por celebridades como BTS, EXO e TWICE, são compartilhados e vendidos online junto com artigos de notícias e postagens de mídia social mostrando as estrelas que os usam no dia a dia e nos aeroportos (MCST, 2022).

Foi apresentado, no começo deste capítulo, as cinco estratégias de *soft power* desenvolvidas por Lee Geun, as quais no final de seu texto o autor classifica em quais estratégias o *hallyu* se encaixa. Sendo assim, após apresentar um pouco de cada elemento cultural, ficará mais fácil de entender cada uma dessas estratégias aplicadas ao *Hallyu*. A onda coreana não é *soft power* em si, mas um dos recursos da Coreia do Sul que podem ser usados como um instrumento político. Possuir recursos não garante a conversão automática em poder brando, por isso é importante criar estratégias para atingir certos objetivos políticos e econômicos de interesses nacionais (LEE, 2009).

Portanto, a primeira estratégia que se aplica à Onda Coreana, é também a primeira estratégia desenvolvida por Lee: Manipulação e criação de imagens favoráveis da Coreia do Sul que levarão à melhoria de seus ambientes de segurança nacional e humana. A popularidade da cultura e das celebridades cria uma imagem favorável, ou pelo menos menos intimidadora, da Coreia do Sul. Isso significa que a possibilidade de que países onde o *Hallyu* está presente formem políticas ou coalizões antagônicas não é muito alta (LEE, 2009).

Quando a opinião pública desempenha um papel importante na política, afetos culturais como a onda coreana podem impedir a formação de políticas agressivas ou ofensivas em relação ao país de atratividade cultural. Com a melhoria da imagem dos coreanos em

outras partes do mundo, os cidadãos enfrentarão cada vez menos discriminação nos países onde a onda coreana está presente. Isso é particularmente verdadeiro no Japão, onde as imagens e reputações dos sul-coreanos melhoraram drasticamente devido ao *Hallyu* (LEE, 2009).

A terceira estratégia, de Efeito de Rede, também se aplica ao *Hallyu*. A disseminação da onda coreana é geralmente acompanhada pela disseminação de padrões, comportamentos, preferências do consumidor, moda, culinária, língua coreana e outros pontos de referência comuns. Se for possível que a maneira de pensar e comportamento da Coreia do Sul seja naturalmente aceita e adotada pelos países destinatários como positiva para o desenvolvimento político, social e econômico dos países destinatários, os coreanos e as empresas coreanas podem ter um ambiente favorável para trabalhar, fazer negócios e interagir com a população local. Isso criará um certo tipo de influência ideacional e invisível de longo prazo da Coreia do Sul sobre outros países. Como os EUA fizeram por meio de filmes de Hollywood e vários programas educacionais e de treinamento (LEE, 2009).

A última estratégia que se encaixa ao *Hallyu* é a de heróis e celebridades, particularmente a que tem maior força. As celebridades da onda coreana são mais capazes de atrair mais atenção do público em geral do que a maioria dos políticos. A forma como se comportam, as mensagens que transmitem e os discursos que apresentam têm um enorme impacto sobre um grande número de pessoas. Se as mensagens que os ídolos da onda coreana transmitem contêm valores universais, as estrelas podem melhorar seu status enquanto mudam os comportamentos e as ideias das pessoas de uma forma muito positiva (LEE, 2009).

Ao mesmo tempo, as celebridades podem comercializar a cultura coreana e outras mercadorias por meio de sua moda, redes sociais, performances de palco e comerciais. A partir desta análise percebemos o grande potencial do *Hallyu* como um instrumento de *soft power* (LEE, 2009). A onda coreana não é um agente subordinado ao moderno, mas um agente principal da cultura popular do Leste Asiático, em paralelo com a cultura popular de orientação ocidental. Não é um *hard power* refletido por uma “nação rica” ou com “poder militar”, mas um *soft power* que influencia os gostos de massas da população mundial (KIM, 2015).

Alguns outros nomes muito influentes, além dos grupos de idols como BTS e BLACKPINK, são por exemplo Son Heung-min, jogador de futebol do Tottenham Hotspur F.C. na Inglaterra Premier League (EPL). É o primeiro jogador asiático a se tornar o artilheiro na temporada 2021-2022 e alcançou a classificação mais alta entre os jogadores de futebol asiáticos no Ballon d'Or 2022. Além disso, Son é o primeiro jogador não inglês do Tottenham

a marcar mais de 100 gols no total. O ator Hyun Bin é outra celebridade importante, estrelou “Crash Landing on You”, o hit nº 1 da Netflix Japão que reacendeu a onda coreana no país. O drama também contribuiu para o aumento de 250% na classificação de programas de TV coreanos na América do Norte. Por último, o ator Lee Min Ho que ficou em 1º lugar na lista de atores coreanos favoritos em uma pesquisa de 2021 sobre o status da onda coreana no exterior. Ele é seguido por mais de 90 milhões de usuários em serviços de mídia social, incluindo Facebook e Instagram. (MCST, 2022, p. 244-247).

Como explicado na introdução, os fatores por trás do sucesso da cultura popular da Coreia do Sul, especialmente no leste da Ásia, podem ser classificados em exógenos (fatores externos/globais) ou endógenos (fatores internos/domésticos). Wonho Jang e Youngsun Kim (2013) apresentam a disseminação dos serviços de rede social (SNS) como um fator exógeno, incluindo o YouTube, permitindo que o K-pop se espalhasse além das barreiras nacionais sem grandes custos de distribuição ou promoção. Outros fatores externos que foram expostos por eles são a globalização, a regionalização, a influência do estilo musical dos EUA, do J-pop e de outras músicas pop asiáticas no K-pop. A influência americana contribuiu para uma fusão da música americana e coreana que se tornou popular entre o público local e estrangeiro (ISTAD, 2016).

A participação dos coreano-americanos no mercado de música pop coreana começou a produzir uma fusão criativa da música americana e coreana. Um exemplo dessa fusão é o rap e a dança nas produções musicais sul-coreanas e, de fato, essa dinâmica inicialmente levou a onda coreana ao exterior. Lee Geun (2009) apresenta fatores únicos e idiossincráticos dos países receptores da cultura sul-coreana como um fator externo, os quais combinados com os fatores domésticos da Coreia do Sul, criaram o sucesso da onda coreana nesses países. Ambos os artigos enfatizam que tanto os fatores exógenos quanto os endógenos são importantes para explicar o sucesso do *Hallyu*, especialmente se analisados em conjunto (LEE 2009; JANG, KIM 2013).

Lee traz exemplos como no caso da China, com sua política cultural para equilibrar as influências culturais capitalistas anteriores de Hong Kong e Macau sobre o povo chinês, importando a cultura pop coreana e abrindo o mercado cultural chinês para artistas pop coreanos. A partir disso, uma demanda em massa por cultura popular coreana conquistou o entusiasmo dos jovens chineses na ausência de uma cultura pop alternativa competitiva. Quanto a Hong Kong, a onda coreana substituiu gradualmente a onda japonesa, enquanto a competitividade do próprio conteúdo cultural de Hong Kong se desvanecia. O autor também trouxe o caso do Vietnã, que começou a importar a cultura coreana com a abertura de sua

economia de mercado, e os jovens vietnamitas começaram a imitar seus estilos de moda e maquiagem. Embora ainda não tenha sido provado empiricamente, foi dito que os antecedentes históricos e culturais semelhantes entre os dois países, como uma cultura confuciana, colonialismo e nação dividida, contribuíram para o surgimento da onda coreana no Vietnã (LEE, 2009).

Outro fator externo é o fato de que os fãs supranacionais atuam ativamente como embaixadores e facilitadores da cultura coreana entre seus conhecidos e, assim, desempenham um papel crucial na propagação do *Hallyu* (GANGHARIYA; KANOZIA, 2020). Assim como também é considerado um fator exógenos a adoção da “libertação da mídia” em muitos países asiáticos na década de 1990, que resultou em um ambiente favorável para promover o intercâmbio cultural de produtos de mídia que, por sua vez, beneficiou a disseminação do *hallyu* (KIM, 2015). Além de que, há o argumento de que a cultura coreana conseguiu atrair um grande público devido ao seu apelo universal. Com temas como amor romântico e vida familiar, é fácil para pessoas de todas as culturas se relacionarem com os personagens dos dramas coreanos (ISTAD, 2016).

Quanto aos fatores internos/domésticos, Lee Geun (2009) defende que uma maior capacidade econômica e padrão de vida funcionaram como um impulsionador para apoiar o florescimento da cultura popular coreana. A crescente demanda por produtos culturais foi atendida com investimentos significativos por grandes conglomerados coreanos e direitos de propriedade intelectual foram fortalecidos. Outro fator interno/doméstico por trás do sucesso da onda coreana são os enormes investimentos das empresas sul-coreanas, particularmente das empresas Chaebol<sup>2</sup>, nas indústrias culturais e de entretenimento, porque antecipavam lucros no mercado cultural em rápida expansão da Coreia do Sul (LEE, 2009).

A existência de uma demanda em massa e consumo da cultura popular sul-coreana de fato desenvolveu a competitividade da indústria cultural. Além disso, a firme política do governo coreano de proteger os direitos de propriedade intelectual foi um catalisador na produção da onda coreana. A forte política de direitos de propriedade intelectual da Coreia tornou a circulação ilegal de música pop estrangeira extremamente difícil e reverteu o domínio da música pop estrangeira no país (LEE, 2009). O protecionismo e o nacionalismo do governo coreano em relação à cultura do país são outros exemplos de fatores domésticos que influenciaram no sucesso do *Hallyu* (LEE 2009; JANG, KIM 2013).

---

<sup>2</sup> Um Chaebol é um grande conglomerado de indústrias administrado e controlado por uma família sul-coreana, baseado na ideia confuciana de estrutura familiar (ŚLEZIAK, 2013).

A problemática que existe é que muitos trabalhos acadêmicos sobre esse fenômeno cultural tratam esses fatores de forma desigual, enfatizando muito mais os fatores externos do sucesso do *Hallyu*. Os fatores domésticos são subestimados e/ou negligenciados pelos estudiosos, que destacam muito mais fatores como a tecnologia e a globalização. Os quais são muito importantes mas não tiram a relevância dos outros fatores, como é o caso de particularidades socioculturais do país que muitas vezes são deixadas de lado. Esses fatores endógenos são cruciais na diferenciação do K-pop de seus predecessores na Europa, América do Norte e Japão (LEE 2009; JANG, KIM 2013).

Visto isso, este trabalho analisará fatores do sucesso do *Hallyu* que remetem a características únicas da sociedade e das relações sul-coreanas. Serão analisados os fatores socioculturais presentes na estruturação da cultura da Coreia do Sul e que influenciam suas relações sociais e interpessoais até hoje, sendo encontradas características de valores tradicionais coreanos dentro do *Hallyu*. Uma dessas características é o confucionismo que é praticamente a base dos valores ideológicos da sociedade sul-coreana.

Outro fator que será analisado é a diplomacia pública e cultural do governo da Coreia do Sul e o seu papel na validação e disseminação do *Hallyu*. Como já dito, o governo usa a onda coreana como um instrumento político em sua diplomacia pública, isso funciona como uma validação para que o Kpop e os dramas coreanos tenham apoio da população, e ajuda na exportação da cultura para o meio internacional. Contudo, para que possamos destrinchar estes tópicos, será preciso contextualizar em primeira instância toda a história da Coreia do Sul em seu âmbito cultural. E assim entender de onde surgiu, o que são essas características socioculturais e qual foi o processo para que o governo sul-coreano começasse a investir em diplomacia pública.

## **2. A FORMAÇÃO HISTÓRICA DA CULTURA DA COREIA DO SUL**

A península coreana localiza-se no nordeste asiático e é rodeada por três países muito influentes da Ásia: Rússia, China e Japão. Atualmente é dividida em dois Estados soberanos: a República Popular Democrática da Coreia (RPDC) que ocupa a porção norte do território, conhecida mundialmente como Coreia do Norte, e a República da Coreia (ROK) ocupando a porção ao sul, conhecida como Coreia do Sul (KOCIS, 2023). A Coreia do Sul é um dos poucos países que conseguiu se transformar de uma economia de baixa renda para uma economia de alta renda e um líder global em inovação e tecnologia. Hoje, oferece uma experiência que inspira muitos países na área do desenvolvimento sustentável, no

fornecimento de infraestrutura e melhores serviços para melhorar a vida das pessoas e na transição para uma economia dinâmica do conhecimento (BANCO MUNDIAL, 2022).

Por causa de sua localização entre as grandes potências asiáticas, a Coreia<sup>3</sup> foi historicamente afetada por diversos conflitos, o território tem uma relevância estratégica regional. Não por coincidência, três conflitos internacionais, com intenção de dominação do território, já ocorreram nos últimos cem anos: a guerra sino-japonesa de 1894-95; a guerra russo-japonesa de 1904-05, a qual também se buscava conquistar o território da Manchúria; e a Guerra da Coreia de 1950-53. Após a Segunda Guerra Mundial, o país teve seu posicionamento ainda mais afetado pelo sistema bipolar da disputa entre Estados Unidos e União Soviética (OLIVEIRA, 2005).

Toda a história da Coreia tem aspectos que influenciaram sua cultura. Em seus traços históricos culturais percebemos a prevalência do confucionismo chinês muito forte nas relações sociais dos coreanos. Assim como também percebemos o quanto a cultura se tornou um instrumento sólido da Coreia do Sul, depois da nação resistir para sustentar sua identidade durante a ocupação japonesa (1910-1945). Será analisado neste capítulo, a história coreana que envolve a sua formação cultural e como isso tem peso na Coreia do Sul de hoje.

## **2.1 Os primórdios da nação coreana e a influência do confucionismo chinês em seu desenvolvimento.**

De acordo com o MCST (2022), a história da nação coreana tem seu início em 2333 a.C., quando as pessoas começaram a se estabelecer na Manchúria e na Península Coreana e formaram sociedades de clãs. O território coreano também tem sua importância na história cultural da humanidade, cerca de metade de todos os Dólmens do mundo – ou cerca de 40.000 dólmens – foram encontrados na Península da Coreia. Dólmens são monumentos megalíticos construídos por humanos muitas vezes referidos como túmulos, e diversos artefatos, incluindo ossos humanos, objetos de pedra e artefatos de jade e bronze, foram desenterrados dos dólmens.<sup>4</sup>

Junto com a disseminação da cultura e o desenvolvimento de habilidades agrícolas, estados poderosos, como o reino de Goguryeo, foram estabelecidos. Esse estado foi o

---

<sup>3</sup> Ao longo deste capítulo, irei me referir à península coreana como uma nação unificada (antes da divisão em Coreia do Norte e Sul) apenas como Coreia. Após a divisão política do território os países serão especificados.

<sup>4</sup> No início do século 20, o missionário americano Horace Grant Underwood afirmou que os dolmens não eram túmulos, mas sim que foram colocados lá para rituais de sacrifício oferecidos aos deuses da terra. O folclorista coreano Son Jin-tae afirmou que era um altar apontando para um conto popular no qual se acreditava que os dolmens eram casas de bruxas (MCST, 2022, p. 184).

primeiro a se estabelecer firmemente como um país soberano. Começou a expandir seu território, expulsou facções chinesas da península coreana, adotou o budismo e promulgou um código de leis em um esforço para estabelecer um sistema de governo adequado. Também estabeleceu um instituto educacional confucionista (MCST, 2022, p. 189).

De acordo com o governo da Coreia do Sul (2022) houve mais três reinos, chamados de Baekje, Gaya e Silla. O reino de Baekje (18 a.C. - 600 d.C.), se estabeleceu onde hoje fica a capital da Coreia do Sul atualmente, Seoul, e era um estado centralizado e regente dos próprios princípios, com um sólido sistema de governança política ao acomodar a cultura avançada da China. O reino de Gaya (42-562 d.C.), o menor dos três, derivou-se da união de algumas tribos e por muito tempo esse Reino fora de pouca importância para os demais.

O reino de Silla (57 a.C. - 935 d.C.), por ser o mais distante do território Chinês e de sua dominação, foi capaz de desenvolver sua própria cultura e ensinamentos, com o estabelecimento do sistema budista e dominação de classes, incluindo em seu reinado uma classe especialmente militar chamada de *Hwarang*. Porém, ainda teve influência de valores chineses confucionistas por meio de Goguryeo. Com a ajuda da Classe Hwarang e com o apoio da Dinastia Tang da China, no século VI Silla conseguiu o feito de unificação dos reinos da Península Coreana (MCST, 2022, p. 191).

O Estado de Silla havia se tornado a dinastia Goryeo (918-1392), uma entidade política singular após a unificação dos reinos, de grande relevância para a região. A dinastia Goryeo, teve como seu território toda a Península Coreana e a sua capital estabelecida onde hoje fica a cidade de Gaeseong na Coreia do Norte. Goryeo adotou o confucionismo como sua ideologia política e estabeleceu um sistema educacional eficaz ao fundar uma instituição nacional de ensino superior e numerosas escolas particulares locais. O budismo também exerceu influência considerável sobre a sociedade de Goryeo em geral. Finalmente, o nome Coreia originou-se de Goryeo durante este período (MCST, 2022, p. 200).

Ademais, outra importante dinastia para a história da Coreia, foi a Dinastia Joseon (1392) por ser uma dinastia que adotara o Confucionismo não apenas como ideologia mas como filosofia administrativa também, é até os dias atuais usada como maior exemplo do povo coreano. O governo tinha um sistema centralizado, onde desenvolveu-se um sistema legislativo e deu-se início à construção do Código Nacional. Foi uma era de grande prosperidade política, social e cultural<sup>5</sup> (MCST, 2022, p. 205).

---

<sup>5</sup> Além da criação do sistema legislativo, do alfabeto coreano e o avanço do artesanato, a ciência e a tecnologia do país desenvolveram-se notavelmente. Joseon também começou a desenvolver relações externas, mantendo relações amistosas com a dinastia Ming da China, e boas relações com o Japão ao longo dos séculos 14 e 15 (MCST, 2022, p. 206-211).

A partir da formação da sociedade coreana, percebe-se que suas primeiras características culturais foram influenciadas pelos chineses. As práticas confucionistas que foram inicialmente adotadas pelo estado de Goguryeo, pelo reino de Baekje e pela dinastia Goryeo e que ainda são percebidas na Coreia do Sul, vieram de uma filosofia proveniente da China. Assim como houve a influência do budismo chinês nessas primeiras sociedades que originaram a nação coreana. O confucionismo é uma filosofia que deu base para a maior parte da cultura chinesa, e é entendido por muitos estudiosos como um modo de vida ou como um sistema tradicional de valores (YAO, 2000, p. 4).

O confucionismo começou com um filósofo e professor chamado Confúcio, que viveu de 551 a 479 a.C. Ele quem elaborou os princípios básicos do que viria a ser essa filosofia. Ele não criou o movimento em si, mas o nome foi dado por causa dos seus discípulos, que registraram e compartilharam seus ensinamentos. Resumidamente, acredita-se que as relações sociais devem ser harmônicas para que o universo esteja equilibrado e busca-se disciplinar todo tipo de relação social, a começar na família, pois é vista como a base para a humanidade (YAO, 2000, p. 17).

O autor Xinzhong Yao (2000), afirma em seu livro “Uma introdução ao confucionismo” que, por mais que Confúcio tenha tido um papel fundamental no desenvolvimento da tradição, seria ir longe demais sugerir que o confucionismo foi “criado” por Confúcio e que o movimento foi sustentado exclusivamente pela fé em Confúcio. Dessa forma, a palavra "confucionismo" é uma denominação habitualmente utilizada pelo Ocidente, normalmente é chamada de “Ru” na China e em outros países do Leste Asiático. Pode ser referido com ru jia (confucionismo como uma 'família'), ru jiao (confucionismo como um culto) ou ru xue (confucionismo como forma de aprendizado).

O confucionismo foi instaurado oficialmente na China durante a dinastia Han (206 aC–220 dC), quando foi promovida como a ideologia do estado (YAO, 2000, p. 17). Os confucionistas Han iniciaram um longo processo de adaptação de suas doutrinas às necessidades do império. Desde então, até o início do século XX, os estudiosos confucionistas oficiais foram influentes em estabelecer as bases para o governo. O confucionismo não era apenas uma ferramenta passiva do governo, funcionou como um regulador das atividades, moldando a estrutura política (YAO, 2000, p. 4-5).

É ainda durante a dinastia Han que o confucionismo chinês começou a ser introduzido em outros países do Leste Asiático e combinado com a cultura e tradição locais para adquirir novas formas de apresentação. Os primeiros países que tiveram influência do confucionismo foram o Vietnã, Coreia e Japão. Gradualmente surgiram estudiosos nativos destes países que,

tomando os mestres chineses como guias, reinterpretaram ensinamentos confucionistas para satisfazer as necessidades sociais e políticas de seus próprios países. Mais tarde, os ensinamentos confucionistas também se espalharam para a América do Norte, Europa e no resto do mundo (YAO, 2000, p. 8-9).

Para compreender o papel do confucionismo na sociedade coreana, é preciso entender algumas características do mesmo, tanto como tradição moral quanto como uma ortodoxia oficial do governo. De acordo com Yao (2000), o confucionismo demonstra muitas características em comum com outros sistemas morais do mundo. Por exemplo, a ética confucionista enfatiza que tanto o motivo interno quanto seus resultados externos devem ser levados em consideração quando avaliamos uma pessoa ou sua conduta. A moralidade confucionista gira em torno das relações familiares, especialmente entre pais e filhos, entre irmãos mais velhos e mais novos e entre marido e mulher.

Nesses relacionamentos, a ênfase é colocada principalmente no cumprimento das responsabilidades mútuas de maneira sincera e consciente. O confucionismo leva as virtudes familiares como o pilar da ordem social. Sua lógica é que a família é a unidade básica da comunidade e que relações familiares harmoniosas levarão inevitavelmente a uma sociedade harmoniosa. Ademais, como a moralidade está integrada à religião e à política, as virtudes morais tornam-se essenciais tanto para o governo quanto para as atividades religiosas (YAO, 2000, p. 32-34). Por isso, o confucionismo também está ligado a crenças e a formação de regras sociais.

Na Coreia do Sul atual, um exemplo claro dessas relações sociais, baseadas na família e no respeito a estas regras sociais, é o sistema Chaebol corporativo. Um Chaebol é um grande conglomerado de indústrias administrado e controlado por uma família sul-coreana, baseado na ideia confuciana de estrutura familiar, que de acordo com os valores confucianos eleva o nível organizacional da empresa. Os laços da República da Coreia com Joseon são profundos. Outro exemplo além das Chaebol são as regras linguísticas básicas de referência e deferência do próprio idioma coreano, que são derivadas da ideia confuciana básica de relacionamentos adequados— entre governante e ministro, pai e filho e marido e mulher (ŚLEZIAK, 2013).

O confucionismo é caracterizado por seu profundo envolvimento na política, aspirado por sua ambição de trazer ordem e paz. Os requisitos morais e políticos do confucionismo foram consolidados como “Três Princípios Orientadores” (san gang) e “Cinco Regulamentos Constantes” (wu chang), nos quais os estados confucionistas foram estabelecidos. Entre os três princípios mantidos e propagados, o primeiro e mais importante é a subordinação de um

súdito ou ministro a seu governante, que é seguida pela de um filho a seu pai e de uma esposa a seu marido. Os Cinco Regulamentos são na verdade cinco virtudes confucionistas, humanidade (ren), retidão (yi), ritual/propriedade (li), sabedoria (zhi) e fidelidade (xin), que se acredita serem tão constantes e imutáveis quanto as leis naturais. Esses princípios são tomados como a essência da sociedade (YAO, 2000).

Dessa forma, o confucionismo ampliou os códigos morais do individual para áreas sociais e políticas, não apenas fornecendo ao Estado um formato ideológico, mas também equipando a autoridade com os padrões para julgar comportamentos e pensamentos. O confucionismo tornou-se mais do que um sistema de moralidade ou uma escola de pensamento. Ele era o cerne da ortodoxia do estado em que cada pessoa deve estar de acordo com seus deveres. De uma perspectiva histórica, o confucionismo existia tanto como uma ortodoxia de estado quanto como uma cultura popular, sendo ao mesmo tempo uma tradição para estudiosos e um sistema de valores para camponeses, artesãos e comerciantes (YAO, 2000, p. 35-38).

Voltando para a história da formação da península coreana, ainda na época de Joseon, afloraram-se as culturas nacionais, deixando a influência da cultura chinesa um pouco de lado e começaram a valorizar a cultura e arte nacional. Houve a criação do Alfabeto Coreano, o *Hangeul*, que por esse feito fez com que a população coreana começasse a ser alfabetizada e diminuiu em grande escala o índice de analfabetismo do país ao decorrer do tempo. Muitos estudiosos afirmam que o *Hangeul* é o sistema de escrita mais científico e fácil de aprender do mundo. Contribuiu para melhorar drasticamente a comunicação entre o povo e o governo e desempenhou um papel decisivo para se tornar um país culturalmente avançado (MCST, 2022, p. 206).

O *Hangeul* é provavelmente a principal fonte de identidade coreana. A língua oral coreana existia desde os tempos antigos; no entanto, metade de seu vocabulário originou-se do chinês e sua forma escrita baseou-se em caracteres chineses. Seu advento foi anunciado como uma grande conquista científica, embora tenha sido pouco utilizado até o século XX. A língua escrita ajudou a distinguir os coreanos como um povo separado e independente no Leste Asiático (HO; PARK, 2004, p. 13-15).

Mesmo antes de o país ser formalmente anexado pelo Japão em 1910, os coreanos conseguiram permanecer relativamente isolados por séculos. O início dos conflitos coreano-japoneses remontam ao final do século XVI, quando os coreanos repeliram com sucesso duas grandes invasões japonesas. Na época, o Japão pediu uma parcela maior do comércio bilateral, sendo recusado por Joseon. Toyotomi Hideyoshi invadiu Joseon com cerca

de 200.000 soldados, em 1592, com o objetivo de dissipar a força dos senhores locais e estabilizar o domínio japonês. A guerra durou sete anos até 1598, e é chamada de Guerra de Imjin. Sentindo-se ameaçado pelas tropas invasoras japonesas, o rei de Joseon fugiu para perto da dinastia Ming, e pediu auxílio. As milícias coreanas lutaram contra os invasores em todo o país, conseguindo que as forças japonesas saíssem da Coreia, porém com uma nova invasão em 1597 (MCST, 2022, p. 210).

De acordo com o livro do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul (2022), durante essa guerra de sete anos, muitas propriedades culturais em Joseon, incluindo o Templo Bulguksa, foram destruídas. Os japoneses levaram livros, impressões e obras de arte de Joseon, e com esses despojos de guerra foram capazes de aumentar a cultura em seu próprio país. Os ceramistas que as tropas japonesas sequestraram ajudaram o Japão a desenvolver sua própria cultura chinesa.

No século XIX, com a evolução do capitalismo no ocidente e países europeus expandindo suas colônias na Ásia e na África, potências ocidentais forçaram as dinastias da China e do Japão a abrirem suas portas e pediram o mesmo a Joseon. Porém a nação coreana rejeitou. A pressão não parou, e em 1875 o Japão exigiu que Joseon abrisse suas portas para missões de comércio exterior. Ao final, em 1876, Joseon assinou sob ameaça militar o Tratado Coreano-Japonês, ou Tratado de Ganghwa, altamente desigual e unilateral (MCST, 2022, p. 212).

Em 1897, Joseon mudou seu nome para Império Coreano e avançou com reformas e uma política de portas abertas para potências ocidentais, a fim de aliviar a ameaça japonesa, mas era tarde demais (HO; PARK, 2004, p. 15-16). A rebelião camponesa *Tonghak* de 1894-95 marcou o fim da independência coreana. China e Japão enviaram tropas para a Coreia, com o intuito de esmagar a rebelião, o que acabou resultando na Primeira Guerra Sino-Japonesa (1894-1895). A vitória japonesa expulsou as influências chinesas da Coreia e permitiu que o Japão estabelecesse hegemonia na península coreana. Os japoneses implementaram suas primeiras mudanças políticas na Coreia através do Tratado de Shimonoseki (HO; PARK, 2004, p. 15-17).

A maioria dos estudiosos consideram as primeiras políticas japonesas na Coreia como realmente benéficas para o desenvolvimento e modernização coreanos. As primeiras mudanças implementadas pelos japoneses, as quais foram produtos do tratado de Shimonoseki, foram a desintegração do sistema de classes. Além disso, os japoneses aboliram a escravidão na Coreia e modificaram a estrutura tributária para aliviar a carga sofrida pela maioria dos agricultores (HO; PARK, 2004).

Em 1895, o rei coreano retaliou as forças japonesas promulgando medidas de reforma que apoiavam os russos. No entanto, os japoneses derrotaram os russos na Guerra Russo-Japonesa de 1904-05 (HO; PARK, 2004, p. 15-16). Essas vitórias do Japão em suas guerras contra a dinastia Qing e a Rússia fez com que emergisse como uma grande potência no nordeste da Ásia, e tomou medidas para anexar Joseon. Em agosto de 1910, o Império Coreano foi formalmente anexado como colônia japonesa. A ocupação japonesa começou com o colapso do Império Coreano, em 1910, e durou até o fim da Segunda Guerra Mundial em 1945 (MCST, 2022).

## **2.2 Ocupação japonesa e assimilação social e cultural forçada da Coreia**

A Coreia passou por mudanças drásticas sob o domínio japonês, mas ao analisar as relações entre a Coreia do Sul e o Japão, é importante levar em conta o imenso sentimento de orgulho nacional que domina a sociedade coreana desde a sua formação. Por mais que exista influência de valores culturais chineses, os séculos de isolamento que antecederam o período de ocupação japonesa permitiram que a sociedade coreana desenvolvesse sua própria identidade nacional independente de outros países. A durabilidade e conservação dessa identidade ajudou a expandir o sentimento de vergonha e injustiça vividas pelos coreanos durante a ocupação japonesa. Uma grande parte desse orgulho nacional se originou do fato de ter sido um país unificado desde o século VII (HO; PARK, 2004, p. 13-15).

Desde sua unificação, houve grandes avanços na reforma social, nas ciências e nas artes. Como já pontuado anteriormente, durante a unificação, a ideologia política era centralizada e as políticas públicas funcionavam bem, o sistema educacional era eficaz para a época e também houve a criação do *Hangeul* para a alfabetização do povo. A língua escrita coreana é considerada a base de sua identidade cultural e os coreanos se orgulhavam de sua autossuficiência. Durante a ocupação japonesa (1910-1945), os coreanos enfatizaram o uso de *Hangeul* em vez de chinês, a fim de manter e proteger sua identidade coreana (HO; PARK, 2004).

Os coreanos, com sua devoção ao neoconfucionismo, consideravam-se uma sociedade refinada. A sociedade coreana valorizava muito a sabedoria e os estudos. Sua capacidade de permanecer isolado parecia apenas apoiar sua superioridade auto-definida. Antes da ocupação japonesa, eles haviam rejeitado com sucesso cerca de 900 invasões estrangeiras e, à medida que os ocidentais se aproximavam da península coreana, a Coreia rejeitou todas as tentativas de contato e negociação. (HO; PARK, 2004, p. 13-15).

As reações coreanas à ocupação japonesa foram inicialmente mistas. Mas como um país independente e unificado por mais de doze séculos, ter sido conquistado pelos japoneses prejudicou o orgulho nacional coreano e criou um grande sentimento anti-japonês. Os japoneses inicialmente tratavam os coreanos como uma entidade separada. Teoricamente permitindo aos coreanos os mesmos direitos que os japoneses, embora restringindo a liberdade de expressão e outras liberdades para conter o sentimento anti-japonês. No entanto, à medida que os japoneses entraram em sua fase expansionista, que antecedeu a Segunda Guerra Mundial, a política japonesa em relação à Coreia mudou para uma assimilação social e cultural forçada do povo coreano (HO; PARK, 2004, p. 15-16).

Até 1921, eles não podiam publicar seus próprios jornais ou organizar grupos políticos ou intelectuais. Os sentimentos nacionalistas deram origem a uma manifestação estudantil coreana no Japão e, em 1919, a uma Proclamação de Independência por um pequeno grupo de líderes em Seoul. Com a consolidação do que ficou conhecido como Movimento Primeiro de Março, manifestações de rua irromperam em todo o país para protestar contra o domínio japonês (LIBRARY OF CONGRESS, 1992, p. 20).

Depois que a Coreia foi oficialmente anexada, o Japão implantou novas mudanças "benevolentes" para acalmar a resistência coreana ao domínio japonês. Os japoneses permitiram que sindicatos se organizassem e começassem a melhorar a infraestrutura na Coreia. O governo colonial também desenvolveu um setor manufatureiro na colônia altamente agrícola e aprimorou a tecnologia agrícola para aumentar a produção de arroz das terras agrícolas (HO; PARK, 2004, p. 17).

O fomento intelectual e social que se seguiu da década de 1920 marcou um período produtivo na história coreana moderna. Muitos desenvolvimentos do período, incluindo a organização de sindicatos, tiveram influência contínua no período pós-libertação. Na década de 1930, no entanto, a ascendência dos militares na política japonesa reverteu a mudança. Particularmente depois de 1937, quando o Japão lançou a Segunda Guerra Sino-Japonesa (1937-45) contra a China, o governo colonial decidiu por uma política de mobilização de todo o país para a causa da guerra (LIBRARY OF CONGRESS, 1992, p. 21). A resistência coreana ao domínio japonês foi violentamente esmagada.

Não apenas a economia foi reorganizada, mas os coreanos foram totalmente assimilados como japoneses. Muitos jovens coreanos foram alistados pelo Exército Imperial e muitas mulheres foram sequestradas e/ou forçadas ao papel de mulheres de conforto - prostitutas para aliviar a tensão entre os soldados japoneses (HO; PARK, 2004, p. 18). A economia coreana também passou por mudanças significativas. A política colonial inicial do

Japão era aumentar a produção agrícola na Coreia para atender à necessidade japonesa de arroz. O Japão também começou a construir indústrias de grande escala na Coreia na década de 1930 como parte do programa de autossuficiência econômica e preparação para a guerra em todo o império. (LIBRARY OF CONGRESS, 1992).

O desenvolvimento econômico ocorrido sob o domínio japonês trouxe pouco benefício aos próprios coreanos, uma vez que a maioria dos empreendimentos comerciais e terras agrícolas haviam sido tomadas pelos japoneses. Praticamente todas as indústrias eram de propriedade de corporações japonesas. Em 1942, o capital coreano constituía apenas 1,5% do capital total investido nas indústrias coreanas. Aos empresários coreanos eram cobradas taxas de juros 25% mais altas do que aos japoneses, dificultando o surgimento de empresas coreanas (LIBRARY OF CONGRESS, 1992, p. 22). Grande parte da produção de arroz foi realmente exportada para consumo pelo Exército Imperial Japonês. Os coreanos, por sua vez, viram uma escassez de qualidade e oferta de alimentos e foram forçados a importar grãos de baixa qualidade da China para evitar a fome em massa (HO; PARK, 2004, p. 18).

Sob o domínio japonês, influências intelectuais distintas das crenças tradicionais budistas, confucionistas e xamânicas inundaram o país. A pintura de estilo ocidental foi introduzida e as tendências literárias, mesmo entre os escritores que evidenciavam temas de protesto social e independência nacional, tendiam a seguir os modelos japoneses e europeus desenvolvidos durante o final do século XIX e início do século XX. A maioria dos coreanos começaram a se concentrar na preservação da cultura e identidade coreanas. No entanto, mesmo com os movimentos de resistência, o início da Segunda Guerra Sino-Japonesa marcou um período de repressão sem precedentes na esfera cultural por parte das autoridades japonesas, que continuou até a libertação da Coreia em 1945 (LIBRARY OF CONGRESS, 1992).

De 1930 até 1945, o governo colonial seguiu com a política de assimilação cujo objetivo principal era forçar os coreanos a falar japonês e a se considerarem súditos japoneses. Em 1937, foi ordenado que todas as instruções nas escolas coreanas fossem em japonês e que os alunos não pudessem falar coreano dentro ou fora da escola. Em 1939, outro decreto "encorajou" os coreanos a adotar nomes japoneses e, no ano seguinte, 84% de todas as famílias coreanas o haviam feito (LIBRARY OF CONGRESS, 1992, p. 23).

Durante os anos de guerra, jornais e revistas em língua coreana foram fechados. A crença na divindade do imperador japonês foi incentivada e santuários xintoístas foram construídos em todo o país. O domínio japonês foi duro, e a resistência interna coreana praticamente cessou na década de 1930 quando a polícia e as forças militares impuseram

vigilância sobre todas as pessoas suspeitas de inclinações contrárias e aplicaram punições severas aos resistentes. Embora alguns tenham optado por colaborar com o governo colonial, a maioria dos coreanos de forma alguma acolheu o domínio japonês. (LIBRARY OF CONGRESS, 1992, p. 23-24).

Até sua libertação, os coreanos se irritaram com a injustiça de ter sido negado o direito à sua identidade nacional, não gostarem de ver seus filhos adotando valores japoneses e falando melhor japonês do que coreano. Eles testemunharam a destruição de sua cultura e identidade nacional. No entanto, a maioria dos movimentos de resistência foi forçada à clandestinidade, uma vez que o governo colonial esmagou violentamente qualquer demonstração externa de resistência. Muitos coreanos morreram em nome do orgulho nacional, dando aos coreanos mais motivos para odiar os japoneses (HO; PARK, 2004, p. 19).

Os coreanos persistiram nas lutas para recuperar sua independência. Organizaram movimentos clandestinos de resistência contra os japoneses dentro do país, como *Joseon National Sovereignty Restoration Group* e *The Korea Liberation Corps*. E também estabeleceram bases para o movimento de independência na China, Rússia e Estados Unidos e lideraram manifestações pacíficas sem precedentes. Em março de 1919, os líderes coreanos anunciaram a Declaração de Independência (MCST, 2022, p. 213).

Manifestações pela independência se espalharam por todo o país, chegando até aos coreanos na Manchúria, na Sibéria, nos Estados Unidos, na Europa e no Japão. Organizações que representam os coreanos foram estabelecidas em Seoul, na Província Marítima da Sibéria e em Xangai, na China. Destes, o Governo Provisório da República da Coreia (PGK), estabelecido em Xangai, é o primeiro governo republicano democrático do país; dotado de uma Constituição moderna e de um sistema político que separava os três poderes básicos (executivo, legislativo e judiciário) do governo (MCST, 2022).

Os coreanos também realizaram lutas armadas contra os japoneses. Na década de 1920, mais de 30 unidades do exército da independência coreana empenharam-se em atividades de resistência na Manchúria e nas províncias marítimas da Sibéria. Em 1940, o PGK organizou o Exército de Libertação da Coreia, integrando muitos voluntários dispersos e milícias na Manchúria. O PGK declarou guerra ao Japão e despachou tropas para as linhas de frente na Índia e em Mianmar para lutar ao lado das Forças Aliadas. Alguns jovens coreanos receberam treinamento especial de uma unidade militar dos Estados Unidos para atacar as forças japonesas na Coreia. A libertação do país foi conquistada pelos coreanos em 15 de agosto de 1945, como resultado da rendição do Japão na Guerra do Pacífico. As tropas americanas e soviéticas foram posicionadas ao sul e ao norte do paralelo 38, respectivamente,

para desarmar as tropas japonesas que permaneceram na península coreana (MCST, 2022, p. 214).

Em 1948, foi realizada a primeira eleição de forma democrática na Coreia do Sul sob a supervisão da ONU para eleger os 198 membros da Assembleia Nacional. A Constituição foi promulgada e Rhee Syngman e Yi Si-yeong, dois combatentes da independência respeitados pelos coreanos, foram eleitos como primeiro presidente e vice-presidente do país, respectivamente. A República da Coreia (ROK) foi formalmente estabelecida como uma democracia liberal, que herdou a legitimidade do PGK, e a ONU reconheceu o governo da República da Coreia como o único governo legítimo na Península Coreana (MCST, 2022, p. 216).

No entanto, ao norte do paralelo 38, uma eleição geral sob a supervisão da ONU não pôde ser realizada devido à oposição da União Soviética. Em setembro do mesmo ano, a República Popular Democrática da Coreia (RPDC) foi proclamada como um país comunista, e Kim Il-sung, que havia servido como oficial do Exército Russo Soviético, foi empossado como presidente. Em meio ao confronto entre uma democracia livre no sul e uma ditadura comunista no norte, o governo do sul foi sobrecarregado com muitas questões, como estabelecer a ordem interna, eliminar vestígios do imperialismo japonês e superar confrontos ideológicos entre a esquerda e a direita (MCST, 2022).

Portanto, o fim da Segunda Guerra Mundial marcou o fim do domínio japonês, mas a Coreia continuou sob influência estrangeira, desta vez soviética e estadunidense, e em menor medida pela ONU. Após a rendição japonesa, a Coreia foi dividida em duas zonas, com influência dos soviéticos no norte e dos norte-americanos no sul. O plano era permitir ao povo coreano o desenvolvimento de um governo independente, mas o desacordo sobre esse plano levou a instalação de governos separados no Sul e no Norte, respectivamente. As tensões da Guerra Fria acabaram se precipitando em uma guerra que resultou em uma divisão permanente do povo coreano (HO; PARK, 2004, p. 19-20).

Em 1950, logo após a instalação desses governos separados, tropas norte-coreanas armadas com tanques e caças soviéticos invadiram o sul. O Conselho de Segurança da ONU condenou por unanimidade a invasão norte-coreana e publicou uma resolução recomendando que seus estados membros fornecessem assistência militar à Coreia do Sul. Com a intervenção das Forças da ONU, o Exército Vermelho Chinês interveio na guerra ao lado do Norte. Em julho de 1953, os dois lados finalmente assinaram o acordo de armistício, mesmo que o presidente sul coreano fosse contra o acordo, apelando para o prolongamento da guerra com o objetivo de unificação do país a favor do Sul (MCST, 2022). A maior perda talvez

tenha sido a assinatura do armistício, esse acordo de cessar-fogo deixou os dois lados tecnicamente ainda em guerra, dividindo permanentemente o norte do sul (HO; PARK, 2004).

Foi um conflito sangrento, onde milhares de civis foram massacrados pelos dois exércitos. Esses três anos transformou a península em ruínas, a maioria dos edifícios e infraestruturas de ambos os lados foram destruídos. O território das duas Coreias ficou essencialmente sem poder ou a capacidade de cultivar seus próprios alimentos e a Coreia do Sul tornou-se um dos países mais pobres do mundo (MCST, 2022, p. 217). As perdas sofridas pelo povo coreano foram intensificadas por sua cultura e história. Até então, a imagem de resistência dos coreanos como um povo unificado tinha sido uma parte importante da identidade coreana, e viram-se divididos pela primeira vez em 1300 anos, ferindo o orgulho nacional coreano (HO; PARK, 2004).

Além disso, a sociedade coreana havia sido fundada em princípios neoconfucionistas, que enfatizam a importância familiar. A divisão criada pela ocupação soviética e estadunidense foi responsável por separar milhões de famílias. Porém, apesar da situação, a maioria dos coreanos ainda tinham um forte senso de identidade coreana que havia sobrevivido à ocupação japonesa. Embora as tensões da Guerra Fria parecessem ser as principais responsáveis pela Guerra da Coreia, a maioria dos coreanos atribuiu a maior parte da culpa aos japoneses. Eles argumentaram que a presença japonesa havia destruído toda a aparência de ordem social na Coreia, efetuando uma era de grande turbulência política (HO; PARK, 2004, p. 19-20).

A antipatia em relação aos japoneses continuou muito depois do fim da ocupação japonesa. Uma prova disso foi a maneira como os coreanos lidaram com os cidadãos que haviam cooperado com o governo colonial japonês. Mesmo como cidadãos coreanos, muitos foram executados ou assassinados. Aqueles que foram perdoados estavam condenados a usar o rótulo de simpatizar com o Japão e foram submetidos a muita discriminação. Após a Guerra das Coreias, os sul-coreanos procuraram restaurar seu orgulho nacional, estabelecendo sua história nacional e eliminando as influências japonesas na Coreia do Sul (HO; PARK, 2004, p. 21).

Na década de 1980, o governo japonês revisou suas diretrizes de livros escolares, a fim de suavizar a imagem dos japoneses durante sua era imperial, incluindo a ocupação da península coreana. Essa ação provocou muita indignação na Coreia do Sul, que reagiu erguendo, em 1987, o Independence Hall, museu de história coreana em Cheonan, o qual retrata as atrocidades da ocupação japonesa. O relato de sua história também adotou gradualmente uma linguagem mais dura ao retratar os japoneses. Ironicamente, os

sul-coreanos optaram por manter os bosques de flores de cerejeira plantados pelos japoneses durante a era colonial, citando sua beleza natural (HO; PARK, 2004).

A presença das flores de cerejeira talvez tenha tido um significado simbólico na Coreia do Sul, pois os coreanos começaram a perceber que, apesar de toda a hostilidade, os coreanos tinham que cooperar com os japoneses para restaurar e construir sua economia. Coreanos e japoneses abriram relações diplomáticas por meio de um acordo em 1965. Sob o acordo, o governo sul-coreano concedeu aos pescadores japoneses o direito de pescar perto da costa sul-coreana em troca de capital. Além do acordo, o governo japonês concordou em pagar algumas reparações, mas sem admitir culpa. O capital, juntamente com empréstimos e comércio, ajudou a alimentar o desenvolvimento econômico e industrial no sul. Devido à infusão de capital japonês (e alguns americanos), a economia coreana experimentou rápido desenvolvimento e crescimento durante as décadas de 1960 a 1980 (HO; PARK, 2004).

Apesar dos benefícios da cooperação econômica, as hostilidades contra os japoneses ainda perduraram. Manifestações massivas protestando contra este acordo e outras políticas do governo atormentaram a Coreia do Sul por anos sob o regime de Park Chung Hee (1963–1979), culminando em seu assassinato. Os coreanos se sentiram menosprezados pela quantidade de reparações que o governo japonês ofereceu por meio do acordo. Os coreanos esperariam até a década de 1990 para que os governos coreano e japonês começassem a renegociar o valor das reparações a serem pagas pelos japoneses (HO; PARK, 2004).

A experiência da guerra foi a base para estruturar o patriotismo nos jovens estudantes e soldados e se tornaram o principal motor da modernização do país. Em 1961, um grupo de jovens oficiais do exército liderados pelo General Park Chung Hee tomou o poder em um golpe de estado. Na eleição presidencial realizada em 1963, após dois anos de regime militar, Park Chung Hee foi eleito presidente. O governo de Park estabeleceu um plano de desenvolvimento econômico de 5 anos sob o lema de “modernização da pátria” e alcançou um rápido crescimento econômico implementando uma política voltada para a exportação. Esse plano ficou conhecido como “o milagre no rio Hangang”. A Coreia do Sul avançou com o desenvolvimento da terra nacional, incluindo a construção da Via Expressa Gyeongbu e linhas de metrô nas grandes cidades. Também foi realizado o Saemaoul Undong (Novo Movimento Comunitário), transformando a empobrecida sociedade agrícola em um país focado principalmente na manufatura. O país se transformou de um dos lugares mais pobres do mundo para uma potência econômica (MCST, 2022).

Quando o governo anunciou a Reforma de Revitalização em 1972, destinada a estender o mandato do governo após dezoito anos de ditadura, estudantes e civis continuaram

a se engajar no movimento de democratização. Após o assassinato do presidente Park em 1979, um novo grupo de oficiais do exército liderado pelo general Chun Doo-hwan tomou o poder por meio de um golpe de estado, e Chun suprimiu pela força as manifestações pela democratização. O governo autoritário de Chun concentrou-se na estabilização econômica, controlando com sucesso os preços inflacionados. Sob sua liderança, o país alcançou um crescimento econômico contínuo (MCST, 2022).

Em 1987, Roh Tae-woo, candidato presidencial do partido no poder, fez um anúncio especial no sentido de que aceitaria o pedido do povo de democratização e eleição direta do presidente. Ele foi eleito para um mandato de cinco anos como presidente e foi empossado em 1988. Roh estabeleceu relações diplomáticas com países comunistas, incluindo a União Soviética, a China e os da Europa Oriental. Durante seu mandato, as duas Coreias ingressaram na ONU simultaneamente em 17 de setembro de 1991 (MCST, 2022, p. 219).

O governo de Kim Young-sam, inaugurado em 1993, esforçou-se para eliminar a corrupção tornando uma regra para funcionários públicos de alto escalão registrar todos os seus bens e proibindo o uso de nomes falsos em todas as transações financeiras. O nível de transparência nas transações comerciais foi consideravelmente aumentado. O seu governo conseguiu superar a crise cambial que atingiu o país, em 1997, e se esforçou para desenvolver a democracia e a economia de mercado. Em suas relações com a Coreia do Norte, o governo adotou um sistema de reconciliação e cooperação em junho de 2000, o Sunshine Policy (MCST, 2022). A política de segurança nacional tinha três princípios básicos: nenhuma provocação armada do Norte será tolerada; o Sul não tentará absorver o Norte de forma alguma; o Sul buscará ativamente cooperação e reconciliação.

Então, as duas Coreias concordaram com a reunião de familiares, a conexão das linhas ferroviárias, a revitalização dos movimentos de unificação liderados pelo setor privado e a expansão da cooperação econômica, incluindo passeios turísticos. O governo de Roh Moo-hyun (2003) concentrou-se em três objetivos principais: a realização da democracia com a participação do povo, o desenvolvimento social equilibrado e a realização da paz e da prosperidade no nordeste da Ásia. O governo também realizou a segunda cúpula entre os líderes das duas Coreias em Pyongyang em 4 de outubro de 2007 e no mesmo ano assinou um Tratado de Livre-Comércio com os Estados Unidos (MCST, 2022).

Já durante a administração de Lee Myung-bak (2008), o governo adotou políticas que incluíram a formação de uma aliança criativa com os Estados Unidos, como convém ao século 21, e a criação de uma Coreia global sob a Comunidade Econômica Sul-Norte. Dando continuidade a estes ideais, a eleição da primeira mulher presidente da República da Coreia

em 2012, o governo Park Geun-hye apresentou uma nova visão de desenvolvimento da nação. Seu governo também enfatizou a necessidade de implementar a economia criativa (MCST, 2022, p. 220).

### **2.3 A relação das características tradicionais coreanas com a sociedade contemporânea da Coreia do Sul**

Analisando o contexto histórico da nação coreana apresentado nos tópicos anteriores, podemos concluir dois pontos bastantes relevantes para a formação cultural do país: (1) Características muito específicas da cultura do país vieram da influência chinesa, do neoconfucionismo, e perduram até hoje. Podendo ser percebidas tanto na política e no sistema educacional sul-coreano quanto em aspectos específicos do *Hallyu* — que serão melhor analisados no próximo capítulo; (2) A Coreia se formou e desenvolveu em meio a conflitos que afetaram negativamente a estruturação de sua cultura, como a ocupação japonesa e a assimilação cultural e social forçada do país, e também a guerra da Coreia que afetou os processos de alinhamento das ideologias políticas do país dividido. Apesar disso, uma afirmação importante é que a Coreia do Sul conseguiu se reerguer não apenas economicamente ao longo dos anos, mas também culturalmente, apoiando sua política na exportação de sua cultura, como um instrumento de *soft power*.

O primeiro ponto é uma das características tradicionais coreanas, mas não a única. Além da influência dos valores confucionistas em vários âmbitos sociais como o cultural e o acadêmico, o nacionalismo é outra característica muito forte da Coreia. O orgulho nacional é algo enraizado na vida dos coreanos, que se identificam como nação. Contudo, a Coreia passou por rápidas transformações em relação a sua cultura, as quais foram responsáveis pelo pouco da separação dessas características tradicionais da sociedade coreana contemporânea. Isso é puxado pelo segundo ponto apresentado. A ocupação japonesa, a política de assimilação cultural, a Divisão e separação ideológica das Coreias, a influência da cultura ocidental, baseada no capitalismo e comercialismo, e a globalização, todos esses acontecimentos foram fatores que impactaram muito a cultura tradicional e o orgulho coreano (YIM, 2002).

A questão levantada é se a aplicação do neoconfucionismo como base sociopolítica na época de formação da Coreia, principalmente em Joseon, foi positiva, já que muitos países que adotaram o confucionismo tiveram influências positivas e negativas dessa filosofia. Tomasz Śleziak diz (2013, p. 28) que, por um lado, a noção confucionista de conservadorismo tornou o país subdesenvolvido sob o cenário do militarismo japonês e da crescente presença

de forças estrangeiras na China Imperial. Mas que esses ideais promoveram o estilo de vida familiar, o fortalecimento dos laços sociais e a criação de uma administração nacional eficaz; e esses fatores contribuíram para o rápido ritmo de recuperação e desenvolvimento da Coreia do Sul após a Segunda Guerra Mundial e a Guerra da Coreia, ao contrário da situação na Coreia do Norte, onde o afastamento do confucionismo para aderir a um sistema totalitário de partido único levou o país a uma estagnação.

Durante o final do período Joseon e a ocupação japonesa, tanto nacionalistas quanto o governo ocupacional japonês começaram a desacreditar do pensamento confucionista, argumentando ser sinocêntrico<sup>6</sup> e reativo, o que contribuiu para a queda da independência do país. As mesmas noções foram mostradas durante o governo autoritário e nacionalista do general Park Chung Hee, quando o segundo confronto com a Coreia do Norte parecia iminente e o confucionismo, como uma filosofia estritamente chinesa, era visto como inferior. É importante notar, no entanto, que os movimentos que visavam apresentar o confucionismo de forma negativa ou nacionalizar essa filosofia se manifestaram em toda a esfera de influência chinesa – inclusive no Japão. Então, a Coreia foi um dos países que buscou trazer novos significados à filosofia confucionista de acordo com as necessidades nacionais. Além disso, a popularidade que doutrinas como o socialismo e o capitalismo democrático ganharam na região foi crucial para essa redefinição do papel do confucionismo (ŚLEZIAK, 2013, p. 29).

Além dos fatores que contribuíram para a queda do confucionismo como ideologia política, houve o impacto negativo do influxo da cultura ocidental, que se espalhou rapidamente desde a Guerra da Coreia. As características tradicionais da cultura coreana foram aos poucos perdendo sua influência no modo de vida do povo. O problema é que a cultura ocidental difere consideravelmente da cultura tradicional coreana. Os coreanos viam a cultura popular ocidental como sinônimo de materialismo, violência e sensualidade em comparação aos valores confucionistas. O ritmo acelerado da modernização tendia a aumentar o individualismo entre as pessoas. Devido a essa influência, uma das preocupações do ponto de vista político é de que a globalização cultural contemporânea ameace a identidade nacional e as indústrias culturais domésticas (YIM, 2002).

Todos esses fatores levaram a uma certa confusão e crise na identidade cultural coreana, porém foi especificamente durante a ocupação japonesa que a questão da identidade

---

<sup>6</sup> Antes da invasão dos imperialistas europeus/japoneses na segunda metade do século XIX, o “sistema tributário” liderado pelos chineses era sinônimo da ordem internacional tradicional no Leste Asiático. Sob o sistema tributário, a China afirmava ser o centro do mundo. Assim, sinocentrismo refere-se à tendência de considerar a cultura chinesa como mais antiga ou superior (ŚLEZIAK, 2013).

cultural virou uma problemática. E o peso da identidade cultural é diferente para cada país, e no caso coreano isso é central para a política cultural. Um dos problemas que a política cultural enfrentou foi remodelar a identidade coreana e, simultaneamente, diminuir os impactos do crescente influxo da cultura ocidental. Dessa forma, a busca por reafirmar os traços tradicionais da sociedade coreana é sempre um objetivo central (YIM, 2002). Embora possa parecer que a cultura confuciana perdeu sua influência depois dos conflitos enfrentados pela Coreia, esse não é o caso.

Os protestos em larga escala do final dos anos 80 que derrubaram os governos autoritários (1963-1988) foram predominantemente inspirados por estudantes, que se ressentiam do rígido nível de controle sobre a sociedade e buscavam uma solução confuciana combinada com valores democráticos. O alto nível de competitividade dos estudantes sul-coreanos se origina do próprio confúcio, que pregava grande felicidade e satisfação em estudar constantemente, incentivando a competição para fins de reconhecimento acadêmico. (ŚLEZIAK, 2013, p. 31-32).

Independentemente dessa moralidade, os coreanos desejam principalmente não a realização pessoal, mas o reconhecimento social e – especialmente na Coreia do Sul moderna – vantagens econômicas. Atualmente, no nível da política e da educação, ainda se promove o ideal confuciano do “líder” e dos “seguidores”, esperando que a população idealize a imagem tradicional de alguém com um *status* superior, como um professor-pai. Esse sentimento de pertencimento a um grupo não é apenas uma das explicações do sucesso econômico da Coreia, mas também uma das razões do reconhecimento de sua cultura popular, abrangendo campos como K-pop e jogos (ŚLEZIAK, 2013).

Todo cidadão coreano sabe que, embora tenha liberdade pessoal, existem autoridades tradicionais que devem ser respeitadas para manter a harmonia. Como já dito anteriormente, a família é a estrutura básica da sociedade coreana, pois cada membro da família é desde cedo educado e levado a assumir papéis e comportamentos tradicionalmente atribuídos – sobretudo o respeito pelos mais velhos e a consciência do sentido de honra pessoal e familiar. Como exemplo prático, a administração das Chaebol promove o apego à empresa entre todos os funcionários, mas mesmo sem isso, muitos dos que iniciam o trabalho em uma Chaebol se comprometem com essa empresa específica até se aposentarem (ŚLEZIAK, 2013, p. 32-33).

Portanto, a questão-chave respondida por Tomasz Śleziak (2013) foi: quais são as razões para o alto nível de aceitação das regras restritivas do confucionismo entre o povo coreano? Antes de responder ele evidencia a importância de observar as diferenças entre a burocracia da época de Joseon e o cenário sociopolítico da República da Coreia. A época de

rápido desenvolvimento socioeconômico da Coreia na segunda metade do século XIX foi forçada pelas chamadas “Reformas Kabo”, que por sua vez foram influenciadas pelas conspirações políticas do governo japonês. Eles mudaram a estrutura legal da política, como a separação da corte real, do governo e das questões civis e judiciais.

Essas mudanças incluíram a abolição da escravatura e a dissolução oficial dos privilégios dos Yangban (classe dominante tradicional ou nobreza da Coreia dinástica), bem como a eliminação da sua distinção social. A última mudança significou o começo do fim da ordem social confuciana formalizada na Península Coreana. A país sucumbiu gradualmente à vontade do Japão imperial, que procurava dominar os assuntos políticos e o potencial econômico da Coreia na época da rivalidade entre ela e os demais Estados hegemônicos, em particular a Rússia. Apesar dos melhores esforços voltados para a preservação da independência da Coreia, o potencial político e militar do país era muito baixo para apresentar qualquer resistência contra os japoneses (ŚLEZIAK, 2013, p. 37-38).

Sob o processo de assimilação forçada da sociedade coreana, o neoconfucionismo deixou de ser dominante. Porém é importante notar que o modelo tradicional de família coreana sobreviveu, assim como a natureza masculina e patriarcal da ordem confuciana. Esses fatores contribuíram para a unificação das antigas classes sociais coreanas e gradualmente causaram o movimento nacionalista, que buscava conduzir a nação com os valores tradicionais. A prática da ideologia confuciana foi percebida como uma forma de oposição contra o abuso japonês (ŚLEZIAK, 2013, p. 39).

A partir desse debate, é importante frisar sobre a relação entre Coréia e Japão nos dias atuais. Quanto à cooperação Coreano-Japonesa na modernidade, à medida que as memórias da era colonial japonesa começaram a desaparecer com o tempo, coreanos e japoneses experimentaram uma maior cooperação. O ano de 1979 marcou o início de uma nova relação entre a Coreia e o Japão, quando os dois concordaram com uma aliança informal em âmbito de segurança e defesa. A Coreia recebeu cooperação financeira do Japão em projetos, como é o caso da assistência financeira de segurança oferecida pelo Japão para os Jogos Olímpicos de 1988, realizados em Seoul. Além disso, Japão e Coreia sediaram conjuntamente a Copa do Mundo de 2002. Ambos os eventos ajudaram a estabelecer Seoul como uma potência econômica em nível global (HO; PARK, 2004, p. 25).

A transição da Coreia para a proeminência econômica global levou à crescente dependência do país do comércio exterior. Como uma grande potência econômica, a Coreia não podia mais ignorar os apelos japoneses para equilibrar seu comércio. O país liberou o comércio coreano-japonês e removeu as proibições de produtos japoneses. Ambos os países

experimentaram um rápido crescimento econômico e ambos foram considerados milagres econômicos no Leste Asiático, e apesar das hostilidades, os coreanos não conseguiram esconder seu apreço pela tecnologia japonesa e proeza econômica, e vice-versa (HO; PARK, 2004, p. 26).

Essas experiências econômicas semelhantes compartilhadas pelos dois países podem explicar parte da tendência de aumento da cooperação econômica entre os dois países. Como se tornaram dependentes da exportação, ambos reconheceram a necessidade de cooperar para competir com as outras grandes potências, como os Estados Unidos e a China. Além disso, a formação da União Europeia encorajou ainda mais essa cooperação. Tiveram sua parcela de problemas ao longo dos anos, incluindo um breve término de laços diplomáticos sobre o conteúdo dos livros de história japoneses. No entanto, os dois países fizeram grandes avanços na conformidade de muitos acordos produtivos, incluindo cooperação econômica, medidas de segurança como o resgate marítimo cooperativo e o aumento dos programas de intercâmbio de estudantes coreano-japoneses (HO; PARK, 2004, p. 26-27).

É importante registrar as atitudes das gerações mais jovens, pois elas também representam o futuro nas relações coreano-japonesas. Muitos jovens da Coreia e do Japão visitam os países uns dos outros, ajudando a criar uma próspera indústria turística em ambos os países. Além disso, a Convenção de Estudantes Coreia/Japão, apoiada bilateralmente, promove amizades e aprendizagem cooperativa, na esperança de melhorar as relações coreano-japonesas. As hostilidades criadas pela ocupação japonesa parecem estar em declínio à medida que a geração mais velha que realmente testemunhou a ocupação japonesa diminui em número e a geração mais jovem fica cada vez mais indiferente aos conflitos coreano-japoneses do passado (HO; PARK, 2004).

A exploração do “súdito obediente” na Coreia do Sul, especialmente durante o regime autoritário do general Park Chung-Hee, contribuiu para o desenvolvimento da doutrina do novo Estado centrada na industrialização. A fim de formar cidadãos leais capazes de enfrentar a “ameaça comunista”, a educação escolar foi feita para se assemelhar a um treinamento militar, com alunos obrigados a treinar seus corpos e mentes, com a manutenção de relações interpessoais adequadas e respeito aos professores, idosos e os políticos sendo o foco (SLEZIAK, 2013).

Os coreanos gastam grandes somas de dinheiro e tempo no desenvolvimento de seus filhos, a vida profissional das crianças costumava ser planejada com vários anos de antecedência, e isso é uma prática que perdura até os dias atuais. Os próprios professores também foram submetidos às restrições específicas, e alguns deles ainda estão sob pressão

para se absterem de expressar suas opiniões pessoais durante a condução do currículo oficial. Além disso, a razão original para o subdesenvolvimento inicial da Coreia em comparação com os países vizinhos é a rigidez do confucionismo coreano, que na Coreia do Sul contemporânea pode trazer novos desafios e possivelmente a adoção de outros sistemas de valores (ŚLEZIAK, 2013, p. 41-42).

Foi através da consciência desses novos desafios, somados ao patriotismo e o advento das novas tecnologias de comunicação, que a geração de coreanos da década de 1990 popularizou a cultura-pop ocidental na Coreia do Sul. Seus descendentes foram os que indiretamente causaram a Onda Coreana, influenciando a popularização do drama da TV coreana e do k-pop mundialmente. No entanto, é válido lembrar que a “cultura pop” não significa separação da herança tradicional do país – na verdade, inúmeras séries de TV tratam da história do período Joseon e da sociedade baseada no confucionismo (ŚLEZIAK, 2013), como é o caso dos dramas "Hwarang" (2016), "Kingdom" (2019) e "Moonlight Drawn By Clouds" (2016).

Outro aspecto da cultura contemporânea é a mentalidade competitiva dos coreanos. Seja buscando as melhores notas acadêmicas como estudantes ou se esforçando na vida profissional, os cidadãos sempre buscaram maior status social. A geração mais jovem, apesar de aceitar as doutrinas em sua vida cotidiana, provavelmente não está ciente do nível de influência que o confucionismo exerce em seu país ou suspeita de suas formas “oficiais”, relacionando-a com governos conservadores e fracos e, em suas vidas pessoais, tendem a abraçar as alternativas que as tecnologias apresentam. Apesar do pleno reconhecimento do sistema de mercado moderno global, bem como dos sistemas de valores americanos e europeus, a mentalidade confuciana tradicional da vida cotidiana sul-coreana influencia profundamente as carreiras das novas gerações. (ŚLEZIAK, 2013, p. 43-44).

A relação entre a burocracia política e a economia na Coreia do Sul distingue ainda mais a realidade socioeconômica desse país do modelo de empreendimento típico do Ocidente. Laços fortes são um fator importante em toda a doutrina confuciana e, no caso de Chaebol, esse elemento funciona no nível oficial, sendo o principal meio de obtenção de sensação de conforto e realização social por parte dos funcionários. Devido a esse conjunto de valores tradicionais ligados ao confucionismo, as áreas potenciais de conflito na Coreia do Sul moderna são relativamente esparsas e predominantemente contidas na esfera da vida pública, visíveis, por exemplo, durante greves frequentes e protestos organizados. Essa forma de oposição pública é o elemento importante que molda a natureza democrática do Estado. Além disso, o respeito pelos mais velhos ainda está presente, e tanto em relação a idade

quanto às competências sociais têm papel significativo no processo de comunicação (ŚLEZIAK, 2013).

Dessa forma, no próximo capítulo, a pesquisa será voltada para a investigação das características socioculturais e históricas que tem parte da responsabilidade do sucesso que o fenômeno *Hallyu* conseguiu alcançar. A popularização da cultura-pop alcançada pela geração dos jovens de 1990 sem se separar de sua herança tradicional, o nacionalismo, e a extrema competitividade dos jovens coreanos modernos são tópicos que também serão abordados e será explicada a relação dos mesmos com a Onda Coreana. A partir disso, o capítulo irá abordar o papel do governo sul-coreano na disseminação e apoio dessa cultura moderna, que também é validado por esses valores tradicionais das relações sociais e interpessoais sul-coreanas.

### **3. O IMPACTO DOS FATORES SOCIOCULTURAIS E DA MOBILIZAÇÃO ESTATAL NO FENÔMENO *HALLYU***

#### **3.1 Os fatores socioculturais como uma particularidade na expansão da Onda Coreana**

Diante dos acontecimentos históricos e das características tradicionais da sociedade sul-coreana — o nacionalismo e o confucionismo — apresentados até agora, há fatores socioculturais que conversam diretamente com a Onda Coreana. Dos fatores presentes nos estudos sobre o tema, há três que são predominantes como parte da causa do interesse em massa pela cultura coreana, são eles: o hibridismo tempo/espaço, o esforço cosmopolita e a hipercompetitividade da sociedade sul-coreana (JANG, KIM 2013; PARK, ABELMANN 2004). São esses fatores que diferenciam o K-pop, os K-dramas e os demais elementos culturais de outros estilos de música, cinema e produtos de outros países, ou seja, são particularidades sul-coreanas que chamam atenção do internacional.

A economia da Coreia do Sul avançou rapidamente entre os anos de 1960 a 1980. As políticas de desenvolvimento comercial e industrial feitas com o apoio de empréstimos, principalmente o plano já citado como o “milagre no rio Hangang” voltado para a modernização do país, alavancou muito a economia e em pouco tempo (HO; PARK, 2004). Com esse processo, o âmbito social também foi modernizado no encalço da economia. O país, então, abriu as portas para a globalização e teve contato com outras culturas tanto de forma ideológica quanto de forma material (por meio do contato com produtos de outras culturas). Somando isso ao influxo da cultura chinesa e a cultura ocidental que já exercia bastante

influência no território, se desenvolveram muito rápido em um período muito curto (JANG, KIM, 2013).

Portanto, como a Coreia do Sul evoluiu em menos de quatro décadas, mantém o caráter tradicional e moderno simultaneamente. Sua cultura mantém o caráter tradicional, moderno e pós-moderno, isso é chamado de hibridismo de tempo/espaço. O povo coreano vivência uma combinação de fenômenos sociais tipicamente associados ao passado apesar da rápida modernização, como os costumes familiares e as vestimentas tradicionais chamadas de “Hanbok”. A Coreia do Sul não é o único país a passar por esse fenômeno, porém tanto os sul-coreanos quanto os japoneses são os mais avançados de toda a Ásia em questão de sua pós-modernidade, enquanto seus valores confucionistas também são fortemente mantidos (JANG, KIM, 2013).

Wonho Jang e Youngsun Kim (2013) explicam que o termo “hibridismo temporal” ocorre quando um grupo/pessoa possui um misto de características de diferentes períodos. Já o “hibridismo espacial” refere-se ao misto de características de diferentes regiões, como no caso da Coreia do Sul que possui características socioculturais asiáticas e ocidentais ao mesmo tempo. Durante a modernização, os sul-coreanos replicaram fortemente características estadunidenses e japonesas e adquiriram valores tanto do oriente quanto do ocidente. A Coreia do Sul está classificada em um ponto médio no sistema mundial entre os países mais desenvolvidos e países em desenvolvimento.

Isso traz a capacidade de oferecer, sincronicamente, elementos culturais altamente avançados e em desenvolvimento para estrangeiros em contato com sua cultura (JANG, KIM, 2013). E como isso se relaciona com o fenômeno *Hallyu*? A vantagem desse hibridismo é que essa simultaneidade pode mostrar duas imagens opostas para ambos os públicos dos países mais modernos e dos menos desenvolvidos, trazendo uma atração certa para cada um. Do ponto de vista do K-pop, para o público estrangeiro mais moderno, os cantores coreanos tem uma imagem de “pureza” e “inocência” em comparação com seus cantores europeus e americanos. Essa imagem mais fofo dos artistas, normalmente, é formada por estereótipos racializados dos asiáticos. Já para o público periférico, principalmente o público asiático, eles parecem sofisticados e modernos, uma imagem parecida com os artistas ocidentais que eles estereotipam (CHO, 2005).

Outro ponto é a combinação de estereótipos de “rostos coreanos” e “físicos ocidentais”, desempenhando um papel importante no marketing dos artistas para a indústria musical global. Os efeitos da dualidade dessas imagens em diferentes audiências promovem a parte econômica da Onda Coreana. O estilo e ações dos artistas sul-coreanos tornaram-se

culturalmente icônicos, o que por sua vez influenciam os fãs a comprarem em lojas de moda e cosméticos sul-coreanos. Por outro lado, o visual asiático estereotipado representado pela “fofura” foi um dos motivos para o K-pop fazer tanto sucesso entre os jovens ocidentais (JANG, KIM, 2013).

O contexto do confucionismo no hibridismo tempo/espaço está na relação do governo e da indústria musical com esses artistas de K-pop. Mesmo com o estilo moderno dos artistas, as canções pop coreanas foram reguladas pelo governo por muitas décadas; as músicas eram censuradas se abordassem certos tópicos como violência ou sexo. Isso porque as apresentações públicas eram regidas, em sua maioria, por valores confucionistas e agências reguladoras governamentais tradicionais (YIM, 2002). Os ídolos coreanos ainda dependiam muito do compromisso e investimento do país, esse é o motivo pelo qual os grupos de idols desenvolveram um certo tipo de lealdade com as exigências culturais e morais impostas a eles. Estão ligados às suas empresas que mantêm contratos rígidos com exigências em relação a aparência e peso de seus artistas, e estão também à seus pais que investem muito no treinamento de seus filhos. Tudo isso acontece devido ao valor confucionista tradicional das relações patrão-empregado autoritárias que ainda prevalecem na Coreia do Sul, e que foram explicadas no último tópico do capítulo dois deste trabalho (JANG, KIM, 2013; HO, 2012).

Este fator não está presente apenas no K-pop, também influencia muito o público internacional que assiste aos dramas coreanos. Hyunji Lee (2017, p. 6) observa que uma das maiores diferenças entre os dramas coreanos e ocidentais é a quantidade de sexualidade e violência retratadas. Outra vez a “inocência” é um dos principais apelos do público ocidental, a maioria dos enredos dos K-dramas são romances fofos e clichês. A raiz da cultura coreana nos valores confucianos baseados na família é representada nos dramas através de histórias mais seguras, conservadoras e baseadas em relacionamentos. Isso dá uma fuga das produções ocidentais que contém muito sexo e violência, uma boa parte do público do *Hallyu* gostam destes tipos de histórias (LEE, 2017).

O segundo fator sociocultural que influenciou a expansão da Onda Coreana é o esforço cosmopolita presente na sociedade, e que distingue sua cultura de suas contrapartes ocidentais. A ideia de uma sociedade cosmopolita normalmente é associada a grandes centros urbanos onde existe uma mistura de cultura e pessoas de vários países, e pode ser percebido na arte, na alimentação, na moda e etc. O esforço cosmopolita é uma metáfora para uma motivação coletiva de uma sociedade asiática em transição de economias ou em desenvolvimento para economias modernas e ocidentais (JANG, KIM 2013; PARK, ABELMANN 2004). Parte disso é devido à forte dependência da Coreia do Sul com o

ocidente, especialmente dos Estados Unidos, tanto política quanto economicamente durante sua rápida modernização. O cosmopolitismo é um meio de elevar o status social e econômico por meio de esforços excessivos no aprendizado de línguas e culturas ocidentais (por exemplo vestuário, comidas e música) (JANG, KIM, 2013).

Na Coreia do Sul, acredita-se que esse influxo cultural, como por exemplo aprender o inglês, é uma maneira rápida de ascender na sociedade, pois traz novas oportunidades como estudar no exterior. No entanto, essa linha de pensamento torna-se problemática na medida em que sugere que “modernização” é igual a “ocidentalização”. Essa obsessão atinge um grau que não é facilmente observado em outros países em desenvolvimento não europeus (JANG, KIM, 2013). Park e Abelman (2004) afirmam que essa obsessão do esforço cosmopolita é derivada do ultranacionalismo ao estilo coreano. Uma das formas que o país acha de preservar sua nação é se equiparando ao “nível” das potências ocidentais. É interessante analisar a mudança dos ideais da Coreia do Sul em pouco tempo, até o final da ocupação japonesa todos os esforços nacionalistas eram para repelir qualquer influência de outros países. Porém, durante sua modernização e globalização, o “ocidental” tornou-se sinônimo de ascendência social. A obsessão da indústria musical com a música ocidental também ocorre em conjunto com o nacionalismo sul-coreano. No sentido de que os músicos coreanos devem ser capazes de vender sua música para o público do Ocidente, a fim de melhorar os perfis de músicos coreanos em todo o mundo.

O esforço cosmopolita é parcialmente relacionado ao pequeno mercado doméstico do país, que ainda não oferece muitas oportunidades de mobilidade ascendente. Tais restrições, entre outros fatores, incluindo pirataria de música no mercado musical doméstico, levaram muitos ídolos do K-pop para o exterior. Não foi apenas o governo que teve que se voltar para a exportação durante a modernização da Coreia do Sul. As empresas de entretenimento exploram a exportação de produtos, como álbuns de música, desde os anos 2000 (JANG, KIM 2013)

O último fator sociocultural, e que conversa diretamente com o esforço cosmopolita, é a alta competitividade presente principalmente no âmbito educacional da Coreia do Sul. O Estado teve papel crucial na consolidação da educação como uma obsessão social. Usando critérios objetivos para recrutar funcionários de alto escalão com a intenção de resolver o problema da sua baixa legitimidade política. Os exames nacionais para cargos governamentais são um critério desde a época de Joseon, e esses cargos sempre foram muito prestigiados. A partir disso, os coreanos sempre valorizaram muito a educação, tornando isso uma dependência passada por gerações (JANG, KIM, 2013).

Por motivo dessa rápida modernização, a educação ainda tem sido considerada a ferramenta mais confiável para a ascensão social, transformando os coreanos em fanáticos educacionais. Como quase todos os coreanos realizam competições educacionais, a hipercompetição se transforma em uma corrida onde as pessoas se esforçam muito, mas permanecem no mesmo lugar porque todos os outros também estão se esforçando muito (JANG, KIM, 2013). Assim, essa mania de competitividade repercutiu para outros setores da sociedade. Não apenas na educação, as pessoas sempre estão em competição para avançar em todas as áreas sociais da Coreia do Sul, e a indústria de entretenimento é uma destas áreas.

Dentro da Onda Coreana, outro motivo para que o K-pop chamasse tanta atenção de fãs internacionais e facilitar seu sucesso global é a combinação de dança de grupo sincronizada com música melódica harmonizada. Esse tipo de melodia harmonizada dentro do pop é difícil de coreografar, principalmente certos tipos de harmonias complexas, então a estrutura dos grupos de k-pop com músicas sempre coreografadas e os idols dançando em sincronia chama muita atenção. O motivo disso vem dos contratos completamente rígidos de trainees das empresas de entretenimento, esses cantores são severamente disciplinados e cuidadosamente controlados por esses contratos, principalmente durante o período da segunda e terceira geração dos grupos de K-pop (JANG, KIM, 2013).

Portanto, o K-pop vem de um lugar de grande disciplina, e isso só é possível por causa da alta competitividade que permeia a sociedade sul-coreana. Os artistas foram treinados profissionalmente por anos e por um treinamento rigoroso, isso explica a qualidade presente nas músicas e danças. Esses contratos de treinamento são muito desgastantes, tanto física quanto psicologicamente. O canto, a dança, a atuação, a etiqueta, línguas estrangeiras e parte acadêmica são treinadas por muitas horas, diariamente. E os jovens começam muito cedo como trainees por conta dessa pressão cosmopolita que existe na sociedade coreana, de obter sucesso profissional, a qual afeta também as relações familiares. As carreiras artísticas modernas na Coreia do Sul se tornaram prestigiadas com a repercussão do *Hallyu*, muitos pais se esforçam para apoiar as carreiras de idol dos seus filhos (JANG, KIM, 2013; YIM, 2002; HO, 2012; ABELMANN, SHIN, 2012).

A quantidade de famílias que compartilham esse “sonho” de que seus filhos sejam artistas de K-pop é muito grande no país. O apoio financeiro vem quase todo de maneira independente, do esforço familiar, já que o governo só costuma investir em idols que já fazem muito sucesso. Isso ocorre porque as oportunidades de crescimento social e acumulação de riqueza não são apenas dominadas pelas grandes empresas, essa luta familiar também é política. O sacrifício desses pais são exigidos pela retórica do desenvolvimento nacional. A

questão política pela busca da identidade cultural é muito enraizada na Coreia do Sul, e a família como um todo deve à sociedade e à nação (YIM, 2002; HO, 2012).

A razão pela qual esse tipo de treinamento rígido seja normalizado e muitos jovens suportarem é que nas empresas de entretenimento coreanas todos os trainees estão cientes da hipercompetição existente na sociedade. Assim como os alunos são super pressionados a passar nos exames de admissão na universidade, esses aspirantes a cantores de K-pop também sentem a pressão de praticar mais do que outros para serem selecionados como membros de novos grupos de K-pop. Além disso, a competitividade também acaba sendo incentivada desnecessariamente entre os membros do mesmo grupo. Este sistema só é possível quando o esforço cosmopolita é obsessivo no país e a alta competição acaba sendo incentivada devido aos pequenos mercados domésticos (JANG, KIM, 2013).

Os gerentes das empresas argumentam que o controle autoritário dos alunos é necessário para ensinar de maneira perfeitamente sincronizada, assim como os exercícios militares sincronizados que envolvem muitos trotes e abuso físico na Coreia do Sul. Tal abuso é mais visível na Coreia do Sul do que em outros países asiáticos porque o esforço cosmopolita é mais agudo nesse país. Onde as oportunidades domésticas de mobilidade ascendente são poucas e distantes entre si (JANG, KIM, 2013). Consequentemente, como argumentam Wonho Jang e Youngsun Kim (2013), o treinamento incansável, o esforço cosmopolita e o pequeno mercado doméstico contribuem para o fato de que apenas os artistas sul-coreanos poderiam dominar a perfeita sincronização da dança em grupo.

Park e Abelman (2004) sugerem que o esforço cosmopolita pode ser lido tanto em formas culturais ocidentalizadas como nas músicas e danças do K-pop, quanto em formas culturais tradicionais como na literatura. Narrativas sobre relações familiares que mostram o hibridismo da Coreia do Sul (como a discrepância das relações sociais das regiões tradicionais para as regiões modernizadas do país) também são exemplos do cosmopolitismo sul-coreano. Os autores analisam o caso do livro “*Please Look After Mom*”.

“*Please Look After Mom* é a história do desaparecimento de uma mãe idosa após sua chegada a Seoul, onde ela está visitando seu marido, que de alguma forma a perde de vista. A busca desesperada pela mãe ocasiona uma torrente de busca por cada filho e pelo marido. Eventualmente, fica claro que é provável que a mãe tenha passado seus últimos dias abandonada nas ruas de Seoul.” (PARK, ABELMANN 2004, p.401).

O livro é de um gênero “tradicional” que aborda a questão da migração rural para a urbana e da estrutura familiar patriarcal. O casal de pais do livro vem de uma região rural da Coreia do Sul, e aparentemente não conseguiria chamar muita atenção do internacional por não ter uma narrativa tão inovadora, porém o livro virou um *best-seller*. Os autores colocam o

livro como uma obra imersa no esforço cosmopolita e que pertence à cultura contemporânea da Coreia do Sul. O livro talvez mostre o país como uma pequena região na qual as pessoas se sentem compelidas a se esforçar para acompanhar as mudanças da modernização.

Ademais, também há uma relação entre do fãs ocidentais de K-dramas com o esforço cosmopolita. Fãs ocidentais de dramas sul-coreanos podem ser considerados cosmopolitas pop que buscam ativamente uma experiência cultural alternativa através da mídia de um contexto cultural diferente. Como já citado, há uma insatisfação com o foco da mídia ocidental em sexo e sensacionalismo, e a relação tão estreita destes fãs com o *Hallyu* é um esforço cosmopolita. Estas pessoas estão em constante contato com a cultura coreana, e acabam cultivando conhecimento sobre a língua e valores sociais únicos da Coreia do Sul. Como o caso do confucionismo presente nas relações sociais de hoje (o respeito pelos mais velhos de forma obrigatória, a valorização da família, a utilização constante de honoríficos e etc). Isso se configura em uma intensa aceitação e adoção de alguns aspectos da cultura sul-coreana (LEE, 2017).

Esse fato é uma comprovação do *soft power* da Coreia do Sul, como dito no primeiro capítulo, as celebridades, produções e produtos do fenômeno *Hallyu* são usados como forma de exportar a cultura coreana. Isso é feito com o intuito de trazer uma boa imagem e aceitação do país em outros grupos sociais. Os fãs manterem uma relação tão próxima com o K-pop e os K-dramas, a ponto de trazer partes da cultura coreana para suas rotinas — como aprender a língua, postar em suas redes sociais, comprar comidas típicas, roupas e cosméticos coreanos, — é o que prova que a política cultural da Coreia do Sul atinge outros países de forma positiva. Do ponto de vista da teoria, isso é positivo já que o *soft power* é um tipo de poder de difícil manuseio, principalmente pelas instituições governamentais. Porém, a Coreia do Sul parece conseguir ter algum avanço com suas políticas culturais a partir desses fatores socioculturais que chamam a atenção dos consumidores do *Hallyu*.

### **3.2 O sistema de apoio cultural do governo sul-coreano por meio de políticas de diplomacia pública**

Desde a ocupação japonesa (1910-45), a preocupação com a política cultural tem sido central para o governo da Coreia do Sul, porém o seu fator motivacional tem mudado significativamente ao longo dos anos. Num primeiro momento, as políticas culturais coreanas foram motivadas pelo desejo de fortalecer a identidade cultural, reforçar o nacionalismo e impedir o maior influxo de culturas estrangeiras. Ao longo dos anos essa motivação foi mudando para a promoção de valores ideológicos (YIM, 2002; ISTAD, 2016).

Durante o mandato de Rhee Syngman (1948–1960), o primeiro presidente da Coreia do Sul, foi reconhecida a importância do desenvolvimento governamental da cultura nacional, e esse reconhecimento contribuiu para que surgisse um subsídio para o setor cultural nos próximos mandatos presidenciais. No governo de Park Chung Hee (1963–1979), a política cultural foi desenvolvida de maneira proativa, por meio do estabelecimento de leis, instituições, organizações e fundo público. Park Chung Hee estabeleceu o primeiro plano de desenvolvimento cultural, com objetivos para cinco anos. Foi implementado durante os anos de 1974 a 1979 e foi o primeiro plano abrangente de longo prazo para a política cultural. Um dos principais objetivos desse plano era estabelecer uma nova identidade cultural, destacando a tradição (YIM, 2002).

Chun Doo Hwan's (1979-1988) foi o primeiro presidente a se preocupar com a imagem da cultura coreana no exterior. Estabeleceu grande crescimento no papel do estado em fornecer suporte para as artes, publicou dois planos de política cultural que promoveu a identidade cultural, a cultura regional e a expansão do intercâmbio cultural com outros países. Kim Young Sam (1993–1998) também seguiu essa linha da globalização da cultura coreana. Durante seu mandato, enfatizou a importância econômica da cultura e promoveu o status global da sociedade coreana. Todos esses primeiros esforços serviram para concretizar a identidade cultural coreana e pavimentar o caminho para o começo de uma diplomacia cultural (YIM, 2002).

Uma série de fatores contribuiu para o desenvolvimento que a indústria cultural sul-coreana teve nas últimas décadas, incluindo liberalização do mercado, globalização, subsídios governamentais e intervenções políticas. Hoje, a cultura popular coreana é reconhecida como uma das principais fontes de *soft power* da Coreia do Sul. Como já apontado, o *soft power* é difícil de combinar com políticas governamentais, por ser um tipo de poder que depende da reação que causa no público alvo, e o apelo da cultura popular também é imprevisível. Entretanto, o *Hallyu* tem um grande impacto no exterior e parece chamar atenção de uma massa da população mundial atualmente. Hoje, a cultura sul-coreana goza de considerável legitimidade entre os burocratas e os círculos empresariais, sendo reconhecida como uma ferramenta eficiente para a dispersão das tradições, cultura e valores coreanos. (ISTAD, 2016).

Recentemente, os conteúdos culturais da Coreia do Sul têm ganhado reconhecimento pelo seu potencial econômico e de *soft power*, principalmente após a repercussão mundial do *Hallyu*. Em reconhecimento a isso, o governo da Coreia do Sul adotou a cultura popular como uma ferramenta para engajamento e desenvolvimento social. Como já explicado, a Onda

Coreana não é resultado da política governamental, surgiu no meio privado, de maneira independente do Estado. Dessa forma, o único papel do governo na promoção da Onda Coreana tem sido servir como um facilitador para a mobilidade da cultura, por meio de investimentos financeiros e atividades promocionais (ISTAD, 2016).

É por causa do surgimento da Onda Coreana que podemos perceber um maior esforço do governo em relação a diplomacia pública no geral, e a diplomacia cultural em específico. Principalmente a partir do mandato do presidente Kim Dae Jung (1998–2003), que foi a principal administração da Coreia do Sul a declarar a promoção das indústrias culturais como um objetivo nacional, além de promover o intercâmbio cultural com a Coreia do Norte (YIM, 2002; ISTAD, 2016). Entre outros, o presidente Kim Dae-jung permitiu a importação da cultura japonesa, contribuindo para o intercâmbio de conteúdos criativos. A administração Roh Moo-hyun (2003-2008) também teve sua importância, reconhecendo o potencial da cultura como uma ferramenta de poder brando pela qual a Coreia do Sul poderia aumentar sua legitimidade. Criou o Comitê Nacional de Imagem, onde os membros incluíam tanto funcionários do governo quanto representantes do setor privado (ISTAD, 2016).

Ainda durante seu mandato, foi criada a Korea Foundation for Cultural Industries Exchange (KOFICE). A KOFICE está registrada como uma entidade afiliada ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo, mas funciona de maneira autônoma. A fundação busca facilitar a comunicação entre o setor público e privado e promover a interação com públicos estrangeiros, visando principalmente promover a Onda Coreana. As atividades da KOFICE abrangem tanto a área educacional, por meio da colaboração e capacitação profissional, pesquisas, estudos e conferências acadêmicas, quanto a área cultural, através do suporte global das comunidades relacionadas ao *Hallyu*. A instituição apoia o intercâmbio cultural internacional, promove festivais culturais globais, oferece suporte de marketing e visa a cooperação internacional em cultura (KOFICE, 2023).

A partir de 2008, quando Lee Myung-bak (2008–2013) assumiu a presidência, o Comitê Nacional de Imagem foi dissolvido. No lugar do comitê, foi estabelecido o Conselho Presidencial de Nation Branding (PCNB) em 2009. O governo coreano procurou melhorar as percepções de seu país por meio da cultura e considerou a marca da nação uma abordagem eficaz (ISTAD, 2016). Retomando o que foi apresentado no primeiro capítulo, o conceito de ‘*nation branding*’ é a tentativa de criar uma “marca” para a nação. Assim como dentro da área privada do marketing empresarial cria-se uma boa imagem da empresa com o intuito de atrair clientes, o governo pode usar dessa medida para atingir objetivos de diplomacia pública (DINNIE, 2009).

De acordo com o site do Ministério das Relações Exteriores da Coreia do Sul (MOFA) (2023), a diplomacia pública do país entrou em vigor a partir de 2010, quando foi estabelecida pelo governo coreano como um dos três eixos que regem as relações diplomáticas, juntamente com a diplomacia estatal e a diplomacia econômica. Desde então, o governo coreano realizou esforços para manter fundos e reforçar as relações com outros países, estabelecendo a Lei da Diplomacia Pública em agosto de 2017. Esses esforços envolvem a promoção de relações diplomáticas, compartilhando a história, tradições, cultura, artes, valores, políticas e visão do país por meio da comunicação direta com estrangeiros. Com o objetivo de aprimorar as relações diplomáticas e imagem nacional, conquistando a confiança da comunidade internacional e aumentando a influência do país (MOFA, 2023). Os quais são resultados esperados do *soft power*.

Ainda de acordo com o MOFA (2023), dentre as metas de diplomacia pública estabelecidas, a primeira em destaque é o “compartilhamento da cultura coreana”, e as primeiras estratégias apresentadas para estas metas pontuam a atração cultural, a elevação da imagem nacional através de bens culturais e o fortalecimento da comunicação bidirecional por meio do intercâmbio cultural. Essas estratégias trazem pontos diretamente relacionados com as características de *soft power* já mencionadas. A base do poder prando é a atração através da imagem nacional.

No caso da Coreia do Sul, os esforços de vários atores não são feitos para atingir objetivos próprios e individuais, como é o caso comum explicado por Joseph Nye (2012), mas para atingir um objetivo em conjunto que é a disseminação da cultura coreana, e a decisão partiu do próprio governo. O governo sul-coreano tira proveito da influência do fenômeno *Hallyu* como uma ferramenta política para melhorar sua diplomacia pública. No próprio site do governo há abas dedicadas apenas ao *Hallyu*, falando sobre sua influência e apresentando notícias sobre a cultura.

A partir de 2010, uma variedade de projetos complementares foram iniciados, incluindo a formação do Korea Public Diplomacy Forum e da Public Diplomacy Policy Division, a nomeação do primeiro Embaixador da Coreia para a Diplomacia Pública e o estabelecimento do Korean Wave Research Institute (KWRI). Em 2012, o MOFA estabeleceu o grupo sem fins lucrativos Senior Public Diplomacy Group (SPDG), o qual tem o objetivo de conscientizar os cidadãos coreanos sobre a diplomacia pública. No mesmo ano, o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo lançou a organização K-Culture Promotion Task Force, que recebeu um orçamento de bilhões (KRW) em seu primeiro ano de funcionamento (ISTAD, 2016).

A administração da presidente Park Geun-hye (2013–2017) foi um dos mandatos que teve maior mobilização do governo na área cultural. Além do fato de que foi durante seu mandato que a cultura pop coreana ganhou muito reconhecimento internacional, já que foi na última década que o *Hallyu* ascendeu no exterior. Park Geun-hye anunciou sua visão de uma “Economia Criativa” para o governo da Coreia do Sul, buscando incentivar novas indústrias e promover a inovação. Em seu primeiro ano, a presidente alocou KRW 33,5 bilhões para o MCST com o objetivo de promover a cultura coreana. O governo lançou uma série de iniciativas de apoio à sua estratégia de conteúdo criativo, incluindo campanhas públicas, como a campanha de turismo “Visite a Coreia Ano 2016-2018” lançada em 2015. Uma característica notável desta campanha é o programa K-Travel Bus, que oferece aos turistas a oportunidade de visitas guiadas pela Coreia. Os destinos incluem, entre outros, os locais de filmagem de vários K-dramas famosos (ISTAD, 2016).

Um dos principais projetos da presidente Park Geun-hye para a promoção de conteúdos criativos é o chamado 'Culture and Creativity Fusion Belt', com uma variedade de estabelecimentos que funcionam como um ecossistema cultural. Em fevereiro de 2015, foi lançado o Centro de Convergência de Cultura e Criação, administrado pelo governo em colaboração com um dos conglomerados da Coreia do Sul, o grupo CJ, que também é uma indústria do entretenimento. Outra característica do Culture and Creativity Fusion Belt é o Culture and Creative Venture Complex, que apoia a criação de conteúdos culturais. Além disso, existe uma Academia de Cultura e Criatividade, que visa incentivar e formar indivíduos com talentos criativos (ISTAD, 2016).

Além dessas novas organizações e campanhas, o governo também apoiou programas previamente estabelecidos, como o Korea Culture and Tourism Institute (KCTI), a Korea Culture Information Service Agency (KCISA), a KOFACE, a Korea Foundation e a Korea Culture and Contents Agency (KOCCA) (Otmazgin, 2011). Outra iniciativa de longa data é o Korean Culture and Information Service (KOCIS). A KOCIS foi criada em 1971 e é uma das primeiras iniciativas públicas de promoção cultural na Coreia do Sul. Ela tem a missão de apoiar as artes e atividades culturais coreanas no exterior para divulgar a cultura coreana para o mundo e melhorar a imagem global do país. A KOCIS é uma das organizações que faz esforços para promover tanto a cultura tradicional coreana quanto a cultura moderna (KOCIS, 2022).

O governo coreano também aumentou seu apoio a organizações que promovem a literatura coreana, como o Instituto de Tradução de Literatura Coreana (KLTI) e a Academia de Estudos Coreanos e Literatura do Alcorão (AKS). Ademais, a Coreia do Sul tem dois

canais de transmissão internacionais, o KBS World que faz parte do Korean Broadcasting System (KBS), sendo a maior estação de televisão da Coreia do Sul. E a Arirang TV, a qual é uma agência de serviço público que promove a conscientização sobre a Coreia do Sul nas ondas internacionais, visando polir a imagem do país e melhorar as relações com países estrangeiros (ISTAD, 2016).

No entanto, apesar de haver tantas iniciativas, organizações e projetos para promover a indústria cultural na Coreia do Sul, na prática a história é um pouco diferente. De acordo com os estudos sobre as políticas culturais da Coreia do Sul, o país carece de uma abordagem estratégica mais eficaz para sua diplomacia pública e cultural (CHO, 2012; ISTAD, 2016; LEE, 2009). Felicia Istad (2016, p. 61) argumenta que “aspectos críticos da busca da Coreia pela diplomacia pública estão relacionados tanto à eficácia quanto à eficiência das políticas governamentais relacionadas”. Os mesmos esforços de diplomacia pública que trazem rápidas oportunidades para o meio cultural também se tornam problemas a longo prazo. Há três pontos na diplomacia pública da Coreia do Sul que precisam de uma abordagem mais estratégica: a falta de continuidade das políticas públicas, a falta de coordenação e supervisão das atividades, e a falta de redes de comunicação entre o setor público, privado e os cidadãos.

Sobre a falta de continuidade nas políticas públicas, a maior problemática é não ter uma perspectiva de longo prazo, já que os ganhos de uma diplomacia pública não são imediatos. Mesmo que algumas atividades sejam realizadas continuamente, como KBS World e os Institutos King Sejong, muitas atividades e políticas são interrompidas sempre que um novo mandato começa. Em vez de continuar os esforços existentes, o governo coreano substituiu repetidamente as antigas iniciativas políticas por novas atividades. Por exemplo, o presidente Lee Myung-bak dissolveu o Comitê Nacional de Imagem e a presidente Park Geun-hye dissolveu o PCNB (ISTAD, 2016). Os políticos optam, normalmente, por interromper as políticas anteriores porque buscam aprimorar o sistema. Felicia Istad (2016) questiona em seu artigo a necessidade de abandonar os esforços anteriores, em vez de aprimorá-los por meio de ajustes.

Em segundo lugar, o governo carece de uma melhora na coordenação e supervisão das atividades relacionadas à diplomacia pública. As políticas analisadas até o governo de Park Geun-hye carecem de eficiência devido ao compartilhamento limitado de informações entre todas as organizações e à má coordenação dessas políticas. Não apenas a coordenação de tarefas, mas também a alocação eficiente de recursos são importantes para evitar o desperdício (ISTAD, 2016). Além disso, por mais que a tarefa de coordenar as iniciativas relacionadas à diplomacia pública esteja sendo feita pelo Ministério das Relações Exteriores e

Comércio, pelo Ministério da Educação, Ciência e Tecnologia e pelo Ministério da Estratégia e Ciência, essas iniciativas devem transmitir uma mensagem simples e completa. No entanto, no passado, muitas vezes os objetivos do governo para com a diplomacia pública não passavam clareza (CHO, 2012).

Esse tipo de situação pode ser percebida por outras nações como superficiais e acabam sendo tentativas descartáveis de promover uma imagem específica da nação. A Coreia do Sul precisa executar uma única política e garantir consistência em suas iniciativas baseando-se em redes, construindo redes de interação para que as mensagens e imagens consistentes possam ser projetadas independentemente de mudanças no governo (CHO, 2012). E isso conversa com o terceiro ponto, que é a falta de redes de comunicação entre o governo, o setor privado e a população. É possível perceber muitas mobilizações de cada um desses atores em relação ao fenômeno cultural, porém de maneira independente. A diplomacia pública é mais do que apenas relações públicas do governo, o mesmo não pode assumir uma abordagem unilateral, de cima para baixo.

A própria definição de diplomacia pública reside no envolvimento de partes interessadas não governamentais e sua comunicação com o público doméstico e estrangeiro. É particularmente importante evitar uma abordagem rígida da diplomacia cultural, uma vez que este campo lida com uma indústria altamente dinâmica. Como tal, é importante desenvolver uma abordagem estratégica para a diplomacia cultural que reconheça o dinamismo distinto das indústrias criativas. A Coreia do Sul deve estabelecer uma rede entre as principais organizações envolvidas em sua diplomacia pública, principalmente as privadas, que possam expandir as comunicações com o público doméstico e lidar com mais eficiência com o ambiente internacional em rápida mudança (ISTAD, 2016; CHO, 2012).

O governo direciona muitos esforços para os ministérios e organizações governamentais envolvidas na promoção das indústrias culturais coreanas, e pouco se vê da relação direta do governo com indústrias privadas e organizações não governamentais do meio cultural (CHO, 2012). O presidente Lee Myung-bak colaborou com o Lotte Group, e a presidente Park Geun-hye colaborou com o grupo CJ. Ambos os governos também cooperaram com as indústrias privadas por meio do estabelecimento conjunto do Bureau of Cultural Diplomacy com a Federation of Korean Industries (FKI). No entanto, o governo precisa de mais envolvimento com o setor privado, e ainda há o fato de que o FKI representa apenas empresas de grande porte (ISTAD, 2016). Otmazgin (2011, 321) aponta para a importância das pequenas empresas e *start-ups* no desenvolvimento de produtos culturais, e

para estimular a contribuição dessas empresas é importante que o governo estabeleça relações estreitas com todas as partes da indústria cultural, não apenas com grandes empresas.

A teoria da diplomacia pública sustenta que um governo deve se comunicar e envolver seus cidadãos civis por meio de uma variedade de canais, esse tipo de política é mais do que uma comunicação entre setor público e privado. A Coreia do Sul se orgulha de ser um dos países mais conectados do mundo e utilizar as mídias sociais para aprimorar sua comunicação com o público estrangeiro. O MOFA referiu-se a esta iniciativa como “Diplomacia Total e Complexa”. Dessa forma, os cidadãos devem ser mais envolvidos no processo de desenvolvimento da diplomacia pública, pois seu papel na promoção da cultura é muito importante. Os civis comunicam a cultura e os valores coreanos ao ter contato constante com estrangeiros, principalmente por meio das redes sociais (ISTAD, 2016).

Contudo, o uso de mídia social não se traduz necessariamente em comunicação eficaz, pois depende em grande parte da utilização eficiente. Além disso, a conscientização sobre a importância da diplomacia pública é baixa e a Coreia do Sul precisa de maiores campanhas de conscientização pública (ISTAD, 2016). A questão do consenso da sociedade civil em relação às políticas públicas é necessário já que pessoas de todo o mundo estão interagindo umas com as outras através da Internet, viagens e turismo, estudando no exterior, empregos e imigração. Assim, é importante que a população sul-coreana esteja ciente dos objetivos de seu governo (CHO, 2012).

Como várias organizações desempenham um papel na diplomacia pública — Governo, ONGs, organizações públicas, organizações regionais, empresas individuais, indivíduos do setor privado e civis — deve-se chegar a um consenso sobre a mensagem da diplomacia pública a ser enviada para permitir que esses atores informem melhor os povos de outras nações. Imagens e valores nacionais não aceitos por um público doméstico provavelmente não serão facilmente reconhecidos pelos povos de outras nações. Uma imagem nacional baseada nesse consenso doméstico é necessária para o sucesso das iniciativas de diplomacia pública (CHO, 2012).

Em síntese, o governo sul-coreano reconhece a importância da diplomacia pública e adere estratégias específicas para a promoção do *Hallyu*. O que está sendo apresentado aqui não é uma afirmação de que o governo coreano não faz esforços para promover a cultura, mas sim que é necessário uma maior comunicação entre os atores envolvidos na diplomacia pública do país. Com uma maior comunicação entre todos os envolvidos, as políticas seriam mais organizadas e a mensagem que a Coreia do Sul deseja passar para outras nações seria

feita de maneira mais clara. Afinal a grande questão do país sempre foi sua identidade nacional (ISTAD, 2016).

O *Hallyu* tem crescido nas últimas décadas e seu potencial como ativo de poder brando tornou-se amplamente reconhecido. O desenvolvimento foi impulsionado principalmente pelo setor privado e pelos consumidores, mas acredita-se que o governo também tenha um potencial significativo para promover e alavancar ainda mais o sucesso do *Hallyu*. Como tal, o governo precisa delinear uma estratégia de coordenação, apoio e promoção de conteúdos criativos coreanos no país e no exterior. Mesmo que o surgimento desse fenômeno cultural não dependa dos esforços do Estado, foi o governo que trouxe maior legitimidade pro *Hallyu* na visão de outras nações (ISTAD, 2016). A sensação da mídia internacional foi alimentada pela atenção do governo a esse fenômeno cultural, que aparentemente o considerou uma ferramenta para aumentar o orgulho nacional (Ho 2012).

O governo utiliza dos artistas de K-pop para trazer atenção para suas políticas voltadas para a diplomacia cultural. Outro exemplo, além dos mostrados no capítulo um, é a parceria entre o grupo BTS e o governo da cidade de Seoul, capital da Coreia do Sul, administrada pela Organização de Turismo de Seoul, que é uma corporação pública. O resultado dessa parceria foi um vídeo promocional para uma campanha de turismo em 2021, a qual tem o intuito de atrair visitantes para a cidade. Ademais, o vídeo traz releituras modernas de características tradicionais da cultura coreana como a roupas usada pelos membros do grupo, que é o Hanbok (vestimenta tradicional coreana) a partir de uma costura mais moderna, e a música do vídeo que é uma homenagem ao hino de Seoul (VisitKoreaTV, 2021).

Felicia Istad (2016) argumenta que os dramas coreanos têm grande potencial para efeitos de transbordamento em outros bens culturais. Sua popularidade no exterior despertou interesse na língua coreana, comida, moda, beleza, viagens e muito mais. Também pode ser argumentado que os dramas da televisão coreana fornecem um canal eficiente para a comunicação dos valores e estilo de vida coreanos. Isso não quer dizer que sejam a fonte mais precisa da vida na Coreia, mas que promovem com eficiência uma compreensão mais abrangente dos coreanos. Isso está alinhado com a teoria da diplomacia pública, que enfatiza a promoção do entendimento mútuo por meio da comunicação (ISTAD, 2016).

## CONCLUSÃO

Resumidamente, a Coreia do Sul é um país que passou por muitos conflitos ao longo de sua história, e a causa principal destes conflitos é a sua localização. A península coreana se localiza entre as grandes potências asiáticas, e tem uma relevância estratégica regional

(OLIVEIRA, 2005). Por conta disso, toda a história da Coreia do Sul tem aspectos que influenciaram sua cultura, tanto de forma negativa quanto positiva. Há dois pontos bastante relevantes em seus traços histórico-culturais. Em primeiro lugar, percebemos a prevalência do confucionismo chinês muito forte nas relações sociais dos coreanos. Esses valores confucionistas perduram até hoje na sociedade sul-coreana, podendo ser percebidos tanto na política e no sistema educacional sul-coreano quanto em aspectos específicos do fenômeno *Hallyu*.

Em segundo lugar, a Coreia do Sul se desenvolveu em meio a conflitos que afetaram negativamente a estruturação de sua cultura, como a ocupação japonesa, a assimilação social e cultural forçada do país e a guerra das Coreias, que afetou os processos de alinhamento das ideologias políticas do país dividido. Esses conflitos foram cruciais para que a cultura se tornasse um instrumento sólido da Coreia do Sul. Foi a partir da preocupação da nação coreana com sua identidade cultural após esses conflitos que seu orgulho nacional foi restabelecido (YIM, 2002).

Com isso, a preocupação do governo sul-coreano com políticas públicas se tornou central. E foi nesse contexto, somado ao influxo das culturas ocidentais na sociedade sul-coreana, que o fenômeno *Hallyu* surgiu e foi se consolidando no setor privado do país. Mas ainda assim com uma validação social da cultura que partiu das instituições públicas. A Coreia do Sul conseguiu se reerguer não apenas economicamente ao longo dos anos, mas também culturalmente, apoiando sua política na exportação. O sucesso do fenômeno *Hallyu* no meio internacional foi o que trouxe para a cultura coreana potencial para ser usada como instrumento político.

O *soft power* é um tipo de poder que prevê a disseminação de uma boa imagem do país, e os elementos culturais do *Hallyu* como o K-pop e os K-dramas já fazem isso por contra própria. A popularidade da cultura e das celebridades criam uma imagem favorável, ou pelo menos menos intimidadora, da Coreia do Sul. Isso significa que a possibilidade de que países onde o *Hallyu* está presente formem políticas antagônicas não é muito alta. A disseminação da onda coreana é geralmente acompanhada pela disseminação de padrões, comportamentos, preferências do consumidor, moda, culinária, língua coreana e outros pontos de referência comuns. As celebridades da onda coreana manifestam maior aptidão para atrair a atenção do público em geral, em comparação à maioria dos agentes políticos. A forma como se comportam, as mensagens que transmitem e os discursos que apresentam têm um enorme impacto sobre um grande número de pessoas (LEE, 2009).

Isso comprova uma das hipóteses deste projeto, de que o fenômeno *Hallyu* tem um potencial muito grande como recurso de *soft power*, mas foi desenvolvido em maior parte pelo setor privado, já que o governo sul-coreano só começou a investir no *Hallyu* depois de seu sucesso. O desenvolvimento foi impulsionado principalmente pelo setor privado e pelos consumidores, mas acredita-se que o governo também tenha um potencial significativo para promover e alavancar ainda mais o sucesso do *Hallyu* (CHO, 2012; ISTAD, 2016). Como tal, o governo precisa delinear uma estratégia de coordenação, apoio e promoção de conteúdos criativos coreanos no país e no exterior (ISTAD, 2016). Mesmo que o surgimento desse fenômeno cultural não dependa dos esforços do Estado, foi o governo que trouxe maior legitimidade pro *Hallyu* na visão de outras nações. A sensação da mídia internacional foi alimentada pela atenção do governo a esse fenômeno cultural, que o considerou uma ferramenta para aumentar o orgulho nacional (Ho 2012).

Portanto, o governo da Coreia do Sul enxergou esse potencial e começou a usar o *Hallyu* em suas políticas culturais. A diplomacia pública sul-coreana atual é voltada para a diplomacia cultural a partir de investimentos nas indústrias de entretenimento. A partir de várias organizações, programas e campanhas, o governo cria oportunidades para o avanço da indústria cultural. Dessa forma, o único papel do governo na promoção da Onda Coreana tem sido servir como um facilitador para a mobilidade da cultura, por meio de investimentos financeiros e atividades promocionais (ISTAD, 2016). Diante disto, qual a importância dos fatores domésticos da Coreia do Sul para o sucesso global do fenômeno *Hallyu*?

São os fatores domésticos do *Hallyu* que criam um cenário de legitimidade para a cultura sul-coreana. A atenção do governo para o *Hallyu* traz uma validação para o K-pop e outras carreiras culturais modernas dentro do país, onde essas áreas são vistas com seriedade tanto no meio doméstico quanto internacional. Além disso, as características tradicionais da sociedade da Coreia do Sul, como o nacionalismo e o confucionismo, é o que forma particularidades dentro do fenômeno *Hallyu*, que chama atenção do público internacional.

Este fato comprova a outra hipótese que foi levantada nesta monografia. As características tradicionais da cultura coreana são o que diferenciam seus produtos culturais dos de outros países e chamam atenção do público internacional. Esta hipótese se provou correta. Essas características formam fatores socioculturais que conversam com a Onda Coreana. Foram apresentados três desses fatores: o hibridismo tempo/espaço, o esforço cosmopolita e a hipercompetitividade da sociedade sul-coreana (JANG, KIM 2013; PARK, ABELMANN 2004). E todos eles diferenciam o K-pop, os K-dramas e os demais elementos culturais de outros estilos de música, cinema e produtos de outros países. Se tornam

particularidades sul-coreanas que chamam atenção dos fãs internacionais, e graças a isso a cultura sul-coreana tem muita demanda de outros países.

Isso não quer dizer que esses fatores socioculturais tragam apenas qualidades para a sociedade sul-coreana. A hipercompetitividade e o cosmopolitismo formam uma dinâmica social onde as pessoas estão sempre sendo pressionadas pelas regras sociais. Os jovens ficam sobrecarregados muito cedo com a pressão da necessidade de ascender socialmente, tanto na área da educação, quanto na área profissional. Isso também repercutiu para o K-pop, e os contratos rígidos de treinamento dos artistas são alvos de muita crítica. Por mais que esses contratos sejam a base da qualidade presente na dança e no canto dos grupos de K-pop, é algo que sobrecarrega os mesmos criando um conflito nesse meio (JANG, KIM, 2013).

A última hipótese levantada neste projeto foi de que o governo da Coreia do Sul consegue estruturar bem os esforços de sua diplomacia pública, fazendo com que as instituições estatais e não estatais trabalhem em conjunto para promover sua cultura. Essa ideia proposta está incorreta. No caso da Coreia do Sul, há sim esforços de vários atores tanto governamentais quanto não governamentais para promover a cultura, porém mais de forma individual do que trabalhando em conjunto. Uma das críticas quanto à diplomacia pública do governo sul-coreano é em relação à falta de redes de comunicação entre o setor público, privado e os cidadãos (ISTAD, 2016).

Além de haver pouca cooperação entre o governo e o setor privado para a promoção de atividades culturais, o governo também deixa a desejar quanto à conscientização dos cidadãos em relação aos objetivos de suas políticas culturais (ISTAD, 2016). O governo direciona muitos esforços para os ministérios e organizações governamentais envolvidas na promoção das indústrias culturais, e pouco se vê da relação direta do governo com indústrias privadas e organizações não governamentais (CHO, 2012). É muito importante que todas as partes estejam em concordância para que os esforços de diplomacia pública do país tragam bons resultados.

Outras duas críticas à diplomacia pública do país são em relação à falta de continuidade das políticas públicas e a falta de coordenação e supervisão das atividades. O país carece de uma abordagem estratégica mais eficaz para sua diplomacia pública e cultural (CHO, 2012; ISTAD, 2016; LEE, 2009). Mas não quer dizer que não haja iniciativas que promovam a cultura dentro e fora do país. O ponto alto discutido aqui é que a mobilização governamental foi mais um apoio para o desenvolvimento do fenômeno *Hallyu* do que uma causa em si para seu sucesso global. Esse fato não tira a importância do setor público no fenômeno cultural, até porque as próprias características tradicionais da sociedade também

foram legitimadas pelo governo ao longo das décadas. Dessa forma, tanto os fatores socioculturais quanto a diplomacia pública da Coreia do Sul são elementos fundamentais do fenômeno *Hallyu*.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS

ABELMANN, Nancy; SHIN, Jeongsu. 2012. “The New (Korean) Wave: A Global Social Mobility Story: Please Look after Mom.” *Korea Observer* 43.3: 399-418.

ABELMANN, Nancy; PARK, So Jin. 2004. “Class and Cosmopolitan Striving: Mothers’ Management of English Education in South Korea.” *Anthropological Quarterly* 77.4: 645-672.

BALLERINI, Frantiesco. *Poder Suave (Soft Power)*. Copyright 2017

BANCO MUNDIAL. O Banco Mundial na República da Coreia. 11 mar. 2022. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/country/korea/overview>. Acesso em: 22 maio 2023.

CEPIK, Marco. *Relações Internacionais: conceitos, atores, processos, instituições e teorias*. 22 jan. 2018. Disponível em: [https://professor.ufrgs.br/marcocepi/files/cepi\\_2018\\_texto\\_3\\_ri\\_jan\\_29.pdf](https://professor.ufrgs.br/marcocepi/files/cepi_2018_texto_3_ri_jan_29.pdf). Acesso em: 17 fev. 2023.

CHO, Hae-Joang. 2005. “Reading the ‘Korean Wave’ as a Sign of Global Shift.” *Korea Journal* 45.4, p. 147-182.

CHO, Yun Young. *Public Diplomacy and South Korea’s Strategies*. *The Korean Journal of International Studies*, vol. 10, n. 2, 2012. Disponível em: [https://www.kjis.org/journal/download\\_pdf.php?page=275&volume=10&number=2](https://www.kjis.org/journal/download_pdf.php?page=275&volume=10&number=2) Acesso em: 20 de nov. de 2021.

DALL’ACQUA, Fernando. **Crescimento e estabilização na Coréia do Sul, 1950-86. 1991.** Disponível em: [file:///C:/Users/Dell/Downloads/admin,+Cor%C3%A9ia+do+Sul%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/admin,+Cor%C3%A9ia+do+Sul%20(1).pdf). Acesso em: 10 nov. 2022.

Departamento de Estado dos EUA. **Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy**. Setembro de 2005, pp. 1-26.

DINNIE, K.. **Repositioning the Korea Brand to a Global Audience: Challenges, Pitfalls, and Current Strategy**. Korea Economic Institute (KEI), Vol. 4, No. 9, 2009. pp. 1-7.

GANGHARIYA, Garima; KANOZIA, Dr Rubal. **PROLIFERATION OF HALLYU WAVE AND KOREAN POPULAR CULTURE ACROSS THE WORLD: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FROM 2000-2019**. *Journal of Content, Community & Communication*, Amity University, Madhya Pradesh, ano 6, v. 11, p. 177-207, 2020

HO, Kelvin; PARK, Joon. **MANIFESTATIONS OF ETHNIC PREJUDICES DERIVED FROM THE JAPANESE OCCUPATION OF KOREA AND TAIWAN: THE ASIAN EXPERIENCE VS. THE ASIAN-AMERICAN EXPERIENCE**. EDGE, 2004.

HO, Swee-Lin. 2012. **Fuel for South Korea's 'Global Dreams Factory': The Desires of Parents Whose Children Dream of Becoming K-pop Stars**. *Korea Observer* 43.3: 471-502.

ISTAD, Felicia. **A Strategic Approach to Public Diplomacy in South Korea**. In Kadir Ayhan (Ed.), *Korea's Public Diplomacy*. Seoul, Korea: Hangang Network. 2016. pp. 49-80.

JANG, Wonho; KIM, Youngsun. **Envisaging the Sociocultural Dynamics of K-pop: Time/Space Hybridity, Red Queen's Race, and Cosmopolitan Striving**. *Korea Journal*, Korean National Commission for UNESCO, v. 53, ed. 4, 2013, p. 83-106.

JANG, Gunjoo; PAIK, Won K. **Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy**. *In: Advances in Applied Sociology*. 2012. v. 2, p. 196-202. Disponível em: <[https://pdfs.semanticscholar.org/3be4/f6fd8b421cf778e3353dc25866238b219ed5.pdf?\\_ga=2.204539926.72085969.1670694402-192630907.1668042322](https://pdfs.semanticscholar.org/3be4/f6fd8b421cf778e3353dc25866238b219ed5.pdf?_ga=2.204539926.72085969.1670694402-192630907.1668042322)>. Acesso em: 9 dez. 2022.

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.

KIM, Bok-rae. **Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)**. *American International Journal of Contemporary Research*, vol. 5, n. 5, 2015.

KOCIS. Korean Cultural Center: **Introdução da Coreia**. [S. l.], 13 abr. 2023. Disponível em: <https://brazil.korean-culture.org/pt/1025/korea/672>. Acesso em: 18 maio 2023.

KOREA.net: The official website of the Republic of Korea. **Jungkook of BTS sings official World Cup song at opening ceremony**. 21 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=224580&searchKey=title&searchValue=BTS&pageIndex=1>>. Acesso em: 15 fev. 2023a.

KOREA.net: The official website of the Republic of Korea. **Instant noodle exports ride Hallyu boom to post record high**. 31 out. 2022. Disponível em: <<https://www.korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=223465&pageIndex=1>>. Acesso em: 31 mai. 2023b.

LEE, Geun. **A Soft Power Approach to the "Korean Wave"**. *Academy of Korean Studies: The Review of Korean Studies*, v. 12 n. 2, 2009. Disponível em: <<https://www.semanticscholar.org/paper/A-Soft-Power-Approach-to-the-%E2%80%9CKorea-n-Wave%E2%80%9D-Geun/93f0af3b552b5cad49096a6ba7304e1ddfbcd0ac>> Acesso em: 22 dez. 2022.

LIBRARY OF CONGRESS. **South Korea: a country study**. Washington, D.C.: Divisão de Pesquisa Federal, 1992.

LIMA, Uallace Moreira. **O debate sobre o processo de desenvolvimento econômico da Coreia do Sul: uma linha alternativa de interpretação**. *In: ECONOMIA e Sociedade*. [S. l.: s. n.], 2017. p. 585-631. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/ecos/a/6BW95ffZX6qx3CgdHtXVFzQ/?format=pdf &lang=pt>>  
Acesso em: 16 dez. 2022.

NOGUEIRA, João; MESSARI, Nizar. Teoria das Relações Internacionais: correntes e debates. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.

MCST. MINISTRY OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM (South Korea). Korean Culture and Information Service. **Facts About Korea**. Government Complex-Sejong, Republic of Korea: Copyright, 2022.

MOFA. MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS, REPUBLIC OF KOREA. **Public Diplomacy of Korea**, 2023. Disponível em: <[https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_22841/contents.do](https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do)>.

NYE, Joseph S. Paradoxo do Poder Americano. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

NYE JR, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2005

NYE , Joseph S. Poder Brando. *In*: O Futuro do poder. 1. ed. São Paulo (SP): Benvirá, 2012. p. 115-148.

OLIVEIRA, Henrique Altermani. **A Península Coreana: Proposições para Mudanças**. Texto apresentado no II Encuentro de Estudios Coreanos en América Latina, EL Colegio de México y The Korea Foundation, Ciudad de México, 3 y 4 de Octubre de 2005.

ONU News. **Guterres e ídolos do K-pop abrem evento em prol das 17 metas globais**. 20 set. 2021. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2021/09/1763722>>. Acesso em: 15 fev. 2023.

Otmazgin, N. (2011). **A Tail that Wags the Dog? Cultural Industry and Cultural Policy in Japan and South Korea**. Journal of Comparative Policy Analysis, Vol. 13, No. 3, pp. 307–325.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. Introdução às relações internacionais: temas, atores e visões. 9. ed, Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

REVISTA QUEM. BTS faz discurso com mensagem de esperança na ONU: “Geração que abraçou mudanças”. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/09/bts-faz-discurso-commensagem-de-esperanca-na-onu-geracao-que-abracou-mudancas.html>>. Acesso em: 7 de nov. de 2021.

ŚLEZIAK, Tomasz. **The Role of Confucianism in Contemporary South Korean Society**. *In*: ROCZNIK Orientalistyczny: Yearbook of Oriental Studies. ed. T. LXVI. Vol. 01, p. 27–46, 2013.

VisitSeoulTV. **[SEOUL X BTS] EoGiYeongCha Seoul BTS (Official Video)**. Organização de Turismo de Seoul. YouTube, 09 de set, 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tli25GoI8yg>>. Acesso em: 24 de julho de 2023.

WALLER, J Michael. The Public Diplomacy Reader. Lulu.com, Carolina do Norte, 2007.

YAO, Xinzhong. **An introduction to Confucianism**. New York, United States: Cambridge University Press, 2000.

YIM, Haksoon. Cultural Identity and Cultural Policy in South Korea. The International Journal of Cultural Policy, vol. 8, p. 37-48, 2002. Disponível em: <<http://cau.ac.kr/~seronto/KOREAN%20CULTURAL%20IDENTITY.pdf>> Acesso em: 7 de nov. de 2021.

---