

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, COMUNICAÇÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

GABRIELA MAGALHÃES ALBUQUERQUE

**A ONDA HALLYU: O K-POP E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O SOFT POWER
SUL-COREANO**

GOIÂNIA

2024

GABRIELA MAGALHÃES ALBUQUERQUE

**A ONDA HALLYU: O K-POP E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O SOFT POWER
SUL-COREANO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel(a) em Relações Internacionais.

Orientador(a): Prof. Me. Leandro Bernardes Borges.

GOIÂNIA

2024

Albuquerque, Gabriela Magalhães. 2024.

A onda Hallyu: O K-pop e a sua contribuição para o Soft Power sul-coreano /Gabriela Magalhães Albuquerque. – Goiânia, 2024.
Total de folhas: 59 f. il.

Orientador: Prof. Me. Leandro Bernardes Borges

Monografia (Curso de Graduação em Relações Internacionais) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Escola de Direito, Negócio e Comunicação, Goiânia, 2024.

GABRIELA MAGALHÃES ALBUQUERQUE

A ONDA HALLYU: O K-POP E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O SOFT POWER SUL-COREANO

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel(a) em Relações Internacionais.
Orientador(a): Prof. Me. Leandro Bernardes Borges.

Goiânia, 06 de dezembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Leandro Bernardes Borges (Orientador)

Prof. Me. Renzo Nery

Maria Clara Almeida Neves (Mestranda – PUC Goiás)

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a minha família, principalmente meus pais, Marcio e Gizelle, por se esforçarem e batalharem tanto para fornecerem a melhor educação que puderam me proporcionar. Aos meus irmãos Felipe e Daniel, que sempre estão ao meu lado e sempre me fazem sorrir.

Agradeço também ao Prof. Me. Leandro Bernardes Borges, por ter paciência e me ajudar tanto nas orientações, sempre tirando todas as dúvidas possíveis que eu poderia ter e ser fundamental nesse trabalho. Aos demais professores do curso de Relações Internacionais, obrigada por fazerem parte dessa jornada e de me orientarem de tantas maneiras.

Aos amigos que fiz na faculdade que me ajudaram tanto com apoio, principalmente Danilo, Fernanda e Tiffany, que me deram a mão e me ajudaram tanto nos últimos semestres. Sou eternamente grata a vocês. Agradeço também todos que fizeram parte da minha caminhada acadêmica, obrigada por fazerem ela ser tão especial. Agradeço a minha melhor amiga, Fernanda Sagan, por estar ao meu lado desde os 8 anos de idade e nunca ter soltado minha mão.

Por fim, agradeço a música, que está em todos os momentos da minha vida, bons, ruins, e no presente trabalho. Obrigada por sempre me mover.

RESUMO

Este trabalho investiga como a Coreia do Sul utiliza o soft power e a diplomacia cultural para ampliar sua influência no cenário global. Com base em teorias de poder e cultura nas Relações Internacionais, a pesquisa examina a ascensão da "onda coreana" (Hallyu) e o impacto global do K-pop como ferramentas estratégicas. A análise, de natureza qualitativa e fundamentada em revisão bibliográfica, explora o papel do governo sul-coreano e das grandes corporações no desenvolvimento da indústria cultural. O estudo destaca como a música e os artistas têm impulsionado a diplomacia cultural, contribuindo para consolidar a imagem internacional do país. Conclui-se que o sucesso da Coreia do Sul como modelo de soft power resulta de uma articulação eficaz entre políticas públicas inovadoras e a participação do setor privado.

Palavras-chave: *Soft power*; Diplomacia cultural; *Hallyu*; *K-pop*; Coreia do Sul.

ABSTRACT

This work investigates how South Korea uses soft power and cultural diplomacy to expand its influence on the global stage. Based on theories of power and culture in International Relations, the research examines the rise of the “Korean Wave” (Hallyu) and the global impact of K-pop as strategic tools. The analysis, of a qualitative nature and based on a literature review, explores the role of the South Korean government and large corporations in the development of the cultural industry. The study highlights how music and artists have driven cultural diplomacy, consolidating the country's international image. It is concluded that South Korea's success as a model of soft power results from an effective articulation between innovative public policies and the participation of the private sector.

Keywords: Soft power; Cultural diplomacy; Hallyu; K-pop; South Korea.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Divisão das Coreias	26
Figura 2: Syngman Rhee	27
Figura 3: Kim Il-Sung	27
Figura 4: General Douglas MacArthur e Presidente Syngman Rhee	28
Figura 5: Seo Taiji & Boys	30
Figura 6: PIB da Coreia do Sul entre 1960 até 1996	31
Figura 7: H.O.T	32
Figura 8: Girls Generation	34
Figura 9: PSY	34
Figura 10: BTS	35
Figura 11: BLACKPINK	35
Figura 12: Stray Kids	36
Figura 13: Huh Yun-Jin	36
Figura 14: Parasita (filme)	36
Figura 15: Twice	40
Figura 16: BTS discursando na Assembleia Geral das Nações Unidas	41
Figura 17: Suga e Jin (BTS) na Assembleia da ONU	42
Figura 18: Seventeen na sede da UNESCO em Paris	43
Figura 19: aespa discursando na Assembleia Geral da ONU	43
Figura 20: Red Velvet se apresentando na Coreia do Norte	44
Figura 21: ATEEZ	45
Figura 22: CL	45
Figura 23: Felix (Stray Kids) em trabalho voluntário com a UNICEF	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. Poder e cultura nas relações internacionais	13
1.1 <i>Soft Power</i> e a comparação de estratégias de influência	16
1.2 A cultura como um pilar nas relações internacionais	19
2. Coreia do Sul, o emergente que se tornou grande	25
2.1 A dominação japonesa e a guerra entre as Coreias	26
2.2 Fortalecendo o país com a identidade cultural.....	30
2.3 O surgimento do K-Pop e a onda coreana.....	32
3. Internacionalização da cultura como estratégia de política externa sul-coreana	40
3.1 K-pop como <i>Soft Power</i> : A Influência da Cultura Coreana nas Relações Diplomáticas	41
3.2 Vozes do país: o uso de grupos como mensageiros da Coreia do Sul.....	44
3.3 A influência do K-pop nas causas humanitárias: o ativismo do público	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	54

INTRODUÇÃO

O papel da cultura e do poder nas relações internacionais tornou-se um tema central na análise de estratégias de influência global. Conceitos como *soft power* e diplomacia cultural ampliaram as formas de interação entre os Estados, que passaram a valorizar não apenas a força militar ou a economia, mas também a capacidade de atrair e persuadir através de valores culturais, como música, cinema e estilos de vida. No campo das ciências políticas, o conceito de poder é fluido e multifacetado. Desde Maquiavel (2010), que entendia o poder como um elemento essencial a ser mantido pela política, até Morgenthau (2003), que o define como a capacidade de um Estado alcançar seus objetivos ao influenciar outros, o poder assume formas variadas.

A abordagem dos valores de poder fundamenta-se nas ideias de apresentadas por pensadores como Max Weber (1999) e Pierre Bourdieu (1989), além das teorias contemporâneas de *soft power*, *hard power* e *smart power*, com ênfase na concepção de Joseph Nye (1999), que caracteriza o *soft power* como a habilidade de “encantar” em vez de “forçar”. Dessa forma, este trabalho concentra-se na análise desses conceitos, explorando como a cultura se tornou uma ferramenta na construção de uma imagem positiva de um Estado — neste caso, a Coreia do Sul — e de sua influência no cenário internacional.

Neste contexto, esta monografia propõe analisar as relações entre poder e cultura na Coreia do Sul, com foco no uso do *soft power* e da diplomacia cultural. Busca-se explorar como a cultura atua como uma forma de poder nas relações internacionais e como sua aplicação estratégica, especialmente por meio dos grupos de K-pop, amplia a influência sul-coreana no cenário global. A análise aborda a “onda coreana” (*Hallyu*) e o impacto mundial dos produtos culturais, destacando o papel do K-pop na diplomacia e nas políticas internacionais.

Dada essa perspectiva, o trabalho propõe que o sucesso da Coreia do Sul em consolidar seu *soft power* decorre de uma combinação de apoio estatal estratégico, inovação empresarial e uma forte conexão entre cultura e identidade nacional. Considerando a influência dos grupos de *K-pop* sobre comportamentos globais — muitas vezes com um impacto maior do que o de políticos nacionais — propõe-se que a capacidade de atrair audiências globais por meio de produtos culturais não apenas

gera benefícios econômicos, mas também facilita o estabelecimento de alianças e colaborações internacionais.

O objetivo principal deste trabalho é entender como a cultura pode ser utilizada como uma ferramenta de poder dentro das relações internacionais, buscando isso através da análise teórica de Joseph Nye (2004) e David Clarke (2016) nos conceitos de *soft power* e diplomacia cultural exemplificados pelos autores. Os objetivos específicos, consistem em buscar e explorar as teorias de poder e cultura nas ciências políticas e nas relações internacionais, analisar o papel do governo sul-coreano e das grandes empresas no desenvolvimento e incentivo à cultura do país e avaliar os impactos que o fenômeno cultural do *K-pop* na imagem e diplomacia da Coreia do Sul.

A análise e relevância desses temas contribuem para a compreensão das novas dinâmicas de poder e diplomacia cultural, nas quais a valorização da cultura se torna um pilar essencial de influência. No caso da Coreia do Sul, a indústria do entretenimento, exemplificada pelo *K-pop*, ilustra a importância de estratégias de *soft power* na construção de relações entre Estados, destacando um modelo que pode servir de referência para outras nações, na perspectiva apresentada por Nye (2004).

A pesquisa, de natureza qualitativa e bibliográfica, busca explorar o *soft power* sul-coreano por meio de artistas da indústria musical do país, interpretando e analisando fenômenos culturais e diplomáticos para compreender o uso do poder brando pela Coreia do Sul nas relações internacionais. A coleta de dados foi realizada a partir de fontes acadêmicas e documentais, incluindo livros, artigos científicos, imagens, estudos de caso e publicações especializadas em diplomacia cultural e na indústria do entretenimento sul-coreana, usando autores como Joseph Nye (2004) e David Clarke (2016), permitindo explorar o impacto do *K-pop* como uma ferramenta estratégica de influência e o papel da diplomacia cultural na construção da imagem internacional da Coreia do Sul.

Neste sentido, o trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro capítulo é dedicado a apresentar os conceitos de poder e cultura e sua evolução nas ciências políticas e nas relações internacionais, detalhando nos conceitos de Joseph Nye (2004) de *hard*, *soft* e *smart power*, destacando o poder brando e tratando sobre o conceito de diplomacia cultural, apresentado por David Clarke (2016). O segundo capítulo discorre sobre a história da Coreia do Sul durante a colonização japonesa até

o final da Segunda Guerra Mundial, mostrando a polarização e a divisão do país no período da Guerra Fria. Também aborda a construção de uma identidade cultural para os sul-coreanos, com o surgimento do K-pop e o crescimento da onda coreana, exportando esse artigo cultural para outros países. Por fim, o terceiro capítulo explora a influência do gênero musical na política externa da Coreia do Sul, destacando o K-pop como uma poderosa ferramenta de *soft power*. O capítulo analisa como a exportação cultural impacta globalmente a diplomacia sul-coreana, reforçando a imagem internacional do país e engajando o público global por meio de iniciativas de ativismo.

1 PODER E CULTURA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Este capítulo tem como propósito estabelecer uma base teórica dos conceitos de poder e cultura nos campos das ciências políticas e relações internacionais, mostrando como esses pontos ajudam no crescimento econômico e político dos Estados, explorando suas origens e definições como objetos de estudos importantes para compreender a política externa e o exercício do poder através da diplomacia cultural.

Poder é um termo discutido desde o surgimento da ciência política, se referindo à capacidade de um ator influenciar o comportamento de outros, seja por meio de coerção, persuasão ou recompensas (Hampton, 1992). Os estudos sobre o poder servem como um ponto de partida essencial para a compreensão das relações humanas, políticas e sociais, sendo debatidas por várias lentes teóricas, como o liberalismo, que enfatiza a possibilidade de cooperação e interdependência entre Estados (Castro, 2012). A ideia existe desde filósofos da idade média, como Nicolau Maquiavel (2010), que dizia que o poder é um dos principais elementos da política e que a atitude política deve visar à manutenção do poder.

Segundo Max Weber, o poder é definido como “a probabilidade de impor a própria vontade dentro de uma relação social, mesmo contra resistências” (Weber, 1999, p. 33). Isso significa que o poder se manifesta como uma imposição direta, que pode ou não ser aceita como uma força legítima de ordem, impondo os desejos de um indivíduo sobre outro, mesmo contra sua vontade. Essa concepção de poder não se limita à esfera política, mas permeia diversas áreas da sociedade, sendo considerado um conceito situacional, adaptável ao contexto em que ocorre.

Pierre Bourdieu (1989) oferece outra perspectiva sobre o poder, que diz que é o espaço de força entre diferentes tipos de agentes que visam dominar um campo, sendo uma disputa de autoridade, legitimidade, autenticidade e interpretações. Segundo o sociólogo francês, as relações de poder, sejam elas explícitas ou implícitas, estão presentes em todas as interações humanas e em todos os campos que compõem o espaço social.

Dentro da ciência política, a área das relações internacionais também abrange o conceito de poder, tendo vários conceitos a partir de algumas teorias discutidas

nesta área do conhecimento. Por exemplo, na teoria realista, de acordo com Hans Morgenthau (2003), o poder é “a capacidade de alguém controlar as ações e as mentes de outro homem”, assegurando que a política é, em sua essência, feita através de ações, e que é governada através de leis criadas pela natureza humana, com o objetivo de impor o convívio das sociedades.

O poder serve como um mecanismo fundamental para que os Estados tornem explícitos seus objetivos na política internacional. Ao definir suas capacidades de poder, os Estados estabelecem suas posições relativas no sistema internacional, exercitando-o em suas relações com outros Estados. Um dos elementos centrais para as teorias de Morgenthau é a definição de poder, em que o autor entende como uma relação psicológica entre dois pontos: o lado ativo, que é de quem exerce o poder, e o passivo, de quem recebe o poder exercido (Morgenthau, 2003).

Ainda de acordo com o autor, a política internacional consiste em uma luta pelo poder, definindo seus objetivos em termos de ideais filosóficos, econômicos, sociais e religiosos, podendo desejar que esses ideais se materializem, em virtude da força interna de um Estado ou como resultado do desenvolvimento humano (Morgenthau, 2003, p.49).

Outro conceito bastante discutido nas ciências políticas é a cultura. A definição seria de um conjunto de regras em constante mudança que indicam como as pessoas percebem o mundo, tendo como principais características a comunicação, a vida social e interação humana, produzindo arte, ciência e hábitos. De acordo com o antropólogo Clifford Geertz (1989), a cultura é uma “teia” de significados feita pela sociedade, um sistema de símbolos que interage com cada indivíduo em uma interação mútua e pública.

Edward Tylor, em seu livro *Cultura Primitiva* (1871), diz que a cultura pode ser um objeto de estudo sistemático, pois é um fenômeno natural com causas e regularidades, o que permite uma análise objetiva e a formulação de leis sobre o processo cultural e sua evolução. Tylor ainda diz que a cultura é

um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (1871, p.1 apud CUCHE, 1999, p. 35).

Algo que também pode ser observado é a influência da cultura na humanidade, tendo a capacidade de transmitir um comportamento social e poder trazer diversidade para outras sociedades (Tylor, 1871). Geertz (1989) diz que a cultura é uma mediação entre o poder e o objetivo de sua ação, fazendo com que possam ser moldados comportamentos e ideias através de símbolos culturais. Isso mostra a importância da convivência entre sociedades para a formação da cultura, mas também deve-se destacar que, sem a cultura e seus valores, a humanidade não conseguiria evoluir.

A cultura é definida por sua dimensão coletiva e mostra a totalidade da vida social da humanidade. Também possui uma grande importância nas relações internacionais, pois constitui um aspecto relevante a ser considerado no comportamento dos atores do sistema internacional. Hugo Suppo e Mônica Lessa (2007, p. 223) argumentam que a cultura é um fator benéfico para a política externa de um país e pode levar à paz ou ao conflito. Esse fator será discutido como uma ferramenta para a manutenção da paz e troca de interesses, fazendo com que a cultura se torne um meio de cooperação internacional e influência.

Outro autor que também discute sobre cultura é Joseph Nye (2004), que diz que a cultura é o conjunto de valores e práticas que criam significado para uma sociedade, existindo várias manifestações e sendo comum distinguir entre a alta cultura, como literatura, arte e educação, que atrai as elites, e a cultura popular, que se concentra no entretenimento em massa. Ainda segundo o autor, a cultura de um país inclui valores universais e suas políticas que promovem valores e interesses que outros compartilham, aumentando a probabilidade de obter seus resultados desejados por meio das relações de atração e obrigação que estabelece.

Com isso, pode-se dizer que a cultura é caracterizada como uma entidade com sua própria força e metas. Ela é composta por um conjunto essencial de atitudes que são percebidas em um grupo social determinado e, no contexto da globalização atual, as diferenças culturais ocorrem não apenas dentro de um Estado, mas entre outras sociedades. O poder e a cultura devem ser analisados como elementos chave para compreender conceitos de política externa em que ambos são usados como ferramentas, através do *soft power* e da diplomacia cultural.

1.1 *SOFT POWER* E A COMPARAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE INFLUÊNCIA

Nas relações internacionais, o poder é visto como peça fundamental no momento de tomadas de decisão no quesito da política externa. Como já mencionado anteriormente, com a definição de Morgenthau (2003) sobre poder, os Estados usam desse artifício para deixarem seus objetivos explícitos no sistema internacional, podendo ter o controle do que pode ser feito em relação às suas políticas de trocas de interesses. Os Estados ainda podem facilitar a realização desses objetivos através de meios não políticos, como “cooperação técnica com outras nações ou organismos internacionais”, mas sempre que estiverem buscando realizar suas metas, lutarão por poder (Morgenthau, 2003, p.49).

Além da visão de Morgenthau, outro autor que deve ser citado é Joseph Nye (2004), que menciona que o poder é a habilidade de chegar ao objetivo desejado ou de influenciar os demais ao redor a seguir seus comandos. É importante entender que o conceito, o significado de poder e o que ele representa em termos práticos são relevantes para que se possa compreender as regras da política internacional. Isso pode ser estudado em três vertentes de poder, introduzido por Nye¹, que são o *soft power*, *hard power* e *smart power*.

O *hard power* (poder bruto) é a capacidade de um Estado impor sua vontade a outros países ou atores por meios mais coercitivos, principalmente por meio do uso de força militar e sanções econômicas impostas por esse certo país. É a forma de poder mais concreta e fácil de mensurar, pois está diretamente relacionada à capacidade militar, tecnológica e econômica de um país, fazendo com que esse ator exerça maior influência e pressão sobre outros para alcançar seus objetivos. Muitas nações concentram sua economia na militarização, pois acreditam que por meio da força bruta, seria mais fácil e eficaz manter sua relevância no cenário internacional, e sua aplicação exige uma análise cuidadosa de implicações estratégicas, políticas e éticas.

¹ NYE, Joseph S. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books, 1990.

Cada país adota estratégias próprias para alcançar seus objetivos por meio do poder, e, no caso do *soft power*, trata-se da “habilidade de modelar os desejos do outro, ou seja, gerar tamanha atração que o outro escolhe seguir seu exemplo” (Nye, 2004). Para o autor, o *soft power* fundamenta-se em três pilares principais: cultura, valores políticos e políticas externas. Alguns dos debates, exemplificados por Nye, mostram o *soft power* como uma maneira indireta e ligada diretamente na credibilidade do Estado de manutenção de poder, mostrando como o país “consegue legitimar seu poder aos olhos dos demais encontra menor resistência para obter o que deseja. Contando ele com uma cultura e uma ideologia atraentes, os outros se mostram mais dispostos a acompanhá-lo” (Nye, 2004).

Além disso, o *soft power* busca resultados através de uma aceitação voluntária e do consentimento, construindo relacionamentos de confiança, usando estratégias legítimas para atração e persuasão (Nye, 2021). O autor destaca que, embora muitos recursos possam contribuir para o *soft power*, isso não significa que o conceito se limita a qualquer tipo de comportamento, o diferenciando do *hard power*, que envolve a coerção e uso da força.

Também temos o *smart power*, que seria a integralidade de poder que inclui os aspectos militares e econômicos de um Estado, sendo a capacidade de se utilizar de estratégias que tanto o *hard* e o *soft power* podem entregar em seus resultados. De acordo com Nye (2004), essas áreas devem se focar em cinco pontos: desenvolvimento global, alianças, parcerias e instituições, diplomacia pública, integração econômica e inovação e tecnologia. Com isso, é possível entender que o surgimento do *smart power* foi uma junção das ideias neorrealistas e liberalistas, enquadrando a vertente de poder nas premissas dessas ideias.

Essas premissas mostram o Estado como um ator importante na política internacional e a aceitação de um ambiente anárquico no sistema internacional. Um exemplo que poderia ser enquadrado como *smart power* seria a União Europeia, que emprega incentivos econômicos, ações diplomáticas e regulamentações para influenciar os países dentro da união, para promover uma integração regional e a cooperação entre os Estados. Esses conceitos de poder de Joseph Nye (2004) são úteis para que teóricos da política internacional possam analisar as escolhas e estratégias feitas por Estados para o estudo de conquista e maximização do poder.

Ainda nos estudos de Joseph Nye (2004), as políticas governamentais podem reforçar ou desperdiçar o *soft power* de um país. Políticas internas ou externas que parecem “hipócritas”, “arrogantes”, “indiferentes” à opinião dos outros ou baseadas em uma abordagem restrita aos interesses nacionais podem enfraquecer o *soft power*. O autor exemplifica que, ao pensar na comparação entre alta cultura e cultura popular, muitos intelectuais e críticos desdenham a cultura popular por causa de seu comercialismo, considerando que isso fortaleceria o entretenimento em massa em vez de informação, tendo “pouco efeito político”.

Apesar desses pensamentos, quando um país é visto como um modelo de boas práticas em termos de governança e direitos civis, ele pode atrair outros países e povos para suas ideologias e sistemas de governo. Segundo Nye (2004), a governança global necessita da liderança de um Estado que possua “*soft power*” e atue de maneira a beneficiar outras nações, o que torna menos provável o surgimento de alianças opostas ao seu estilo de poder. A promoção desses valores pode ocorrer por meio de diplomacia cultural e da política externa de seu país, que, por exemplo, através de políticas de ajuda humanitária, cooperação para o engajamento em questões globais como o meio ambiente, podem aumentar a influência de um país sem recorrer à força.

A cultura também é um aspecto importante quando se trata no uso do *soft power*. De acordo com David Clarke (2016), a troca de conhecimento, linguagem, música e demais aspectos culturais para entendimento mútuo é fundamental para que haja a manutenção de interesses e da paz. Quando a cultura de um país se torna atrativa para outras nações, pode ser usada com uma ferramenta poderosa de *soft power*. Isso inclui tanto produtos culturais, como filmes, música e moda, quanto valores culturais promovidos pelo país.

A cultura de um país inclui valores universais e suas políticas (Nye, 2004, p. 25) e, se compartilhada com outros países, aumenta a probabilidade de obter resultados desejados por causa das relações de atração e dever que são criadas. Algo também descrito pelo autor como forma de influência é a diferença de alta cultura e cultura popular, a primeira sendo distinguida como a literatura, arte e educação, que atrai as elites, e a segunda que se concentra no entretenimento para as massas.

A divulgação desses valores pode ser realizada através de meios diplomáticos, organizações não governamentais e programas de cooperação internacional. Com políticas de incentivo à cultura, a produções nacionais e a exportação desses produtos, isso pode ajudar na propagação de ideias do país e criar uma imagem dentro do cenário internacional.

Um exemplo que pode ser usado seria a cultura pop norte americana como a indústria cinematográfica de Hollywood, que é uma forma usada pelos Estados Unidos de exercer um *soft power* em escala global e mostrar para o resto do sistema internacional como o "*american way of life*" (jeito americano de se viver) seria o ideal a se seguir. Na atualidade, essa troca desses produtos é ainda mais forte pela facilidade de se conectar rapidamente com outras partes do mundo e a mídia global sendo influenciada por corporações a espalhar outras culturas. Como observa Clarke (2016), trata-se de "um mercado que nos Estados tem pouco controle". Assim como a França, o uso do *soft power* que, desde o século XX, investe na difusão do seu idioma e cultura, com centros culturais e divulgação internacional de sua culinária e arte, atraindo turistas para o país.

Com esses exemplos, pode-se ver que uma nação é reconhecida como um modelo de boas práticas em governança e direitos civis, ela pode atrair outras nações e indivíduos para suas ideologias e sistemas de governo. Isso se mostra eficaz quando a nação adota uma política externa convidativa, facilitando o alcance de seus objetivos. Uma estratégia comum para construir uma política atrativa é promover valores nobres e amplamente admirados por outros países, como a promoção da paz, a preservação do meio ambiente e a disseminação da democracia.

1.2 A CULTURA COMO UM PILAR NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A cultura pode ser descrita como um conjunto de valores, artes, políticas e mostra a totalidade da produção da vida social, influenciando a maneira como as nações se comunicam e se compreendem (Tylor, 1871). Vai além de tradições e costumes, abrangendo valores, crenças, comportamentos e conhecimentos que definem a identidade de um grupo e afetam suas escolhas políticas, econômicas e sociais. É essencial entender a construção de uma sociedade individual e em grupo,

tendo um valor humano, mas também um valor econômico, social e diplomático. esses valores são partilhados no cenário internacional, sendo um pilar para a proteção de interesses nacionais e uma ferramenta de governança internacional. Isso mostra a importância da cultura como um pilar de poder nas relações internacionais, esse conceito como uma forma de moldar o cenário.

Um componente importante para identificar que a cultura é uma forma de poder nas relações internacionais é o *soft power*. Joseph Nye (2004) descreve o poder brando como a capacidade de atrair outros em vez de coagir, usando a cultura como uma forma de mecanismos de poder. Promovendo os valores do país, as ideias e os estilos de vida, pode-se aumentar a influência e atrair aliados. Adicionalmente, a construção de narrativas culturais pode moldar como os países são percebidos no cenário internacional, influenciando a opinião pública em outras nações e moldando diversas percepções de interesses.

Autores como Samuel Huntington (1997), falam sobre a importância da cultura nas relações internacionais no mundo pós-Guerra Fria que, em sua teoria, podem ser a principal fonte de conflito no mundo, tendo como foco principal a cultura e conceitos religiosos. O autor diz que os Estados continuarão sendo os atores mais poderosos no cenário, mas os principais conflitos da política global irão ocorrer entre países de grupos de civilizações, provando a importância de estudar as questões culturais para a análise do mundo.

A identidade nacional também faz um papel importante na cultura no campo das relações internacionais. Algumas características de certas culturas podem fazer com que um Estado possa se destacar no cenário internacional, sendo tratado em um nível supraestatal. Freymond (1980) diz que a cultura é agente das relações internacionais que têm a capacidade de modelar mentalidades e direcionar o sentimento de um público em relação aos demais países, influenciando visões e percepções de atores, sejam governamentais ou não.

Destaca-se que a cultura contribui para a economia de países que utilizam sua produção nacional como mercado de exportação, influenciando também a maneira como os negócios são conduzidos, como na comunicação e na abordagem de negociação de cada estado. Mas o que pode se destacar é a questão de usar a cultura

de um país como um produto de exportação, sendo filmes, músicas, comidas típicas e até mesmo o idioma.

A importância da cultura como uma fonte de poder reside na sua capacidade de moldar percepções de mundo, influenciar comportamentos e criar narrativas, permitindo uma compreensão mais abrangente e sofisticada do contexto global. Ao reconhecer a importância da cultura, as nações podem empregá-la como uma ferramenta para defender seus interesses e promover um mundo mais igualitário e justo, promovendo a comunicação do sistema internacional.

1.3 OS PRINCÍPIOS DA DIPLOMACIA CULTURAL

O conceito de diplomacia dentro das relações internacionais é algo que é debatido por vários estudiosos da área e com uma grande variedade de definições que se encaixam em determinadas perspectivas. Desde os primórdios da história, a diplomacia configura-se como um instrumento primordial para a defesa dos interesses nacionais e a promoção da paz nas relações internacionais, consolidando-se como o mecanismo mais eficaz para a solução pacífica de controvérsias entre Estados. A maioria dos autores definem a diplomacia como uma arte, como citado pelo embaixador Marcos Henrique Cortês (1969), e assim, tendo a capacidade de criatividade no contexto de ideias abstratas, percepção de realidades e da transmissão de outras dessas interpretações. O autor define diplomacia como

a arte de identificar as diferenças de comportamento humano em uma mesma área de interação de grupos sociais, promover grau semelhante de compreensão recíproca dessas diferenças, encontrar as maneiras de harmonizá-las e induzir novas formas de comportamento visando ao máximo possível de satisfação para todas as partes envolvidas no processo. (Cortês, p. 10)

O autor destaca que a diplomacia, ao buscar soluções para conflitos, não visa apenas apaziguamentos superficiais ou acomodações temporárias. Seu objetivo principal é alcançar uma harmonização legítima, capaz de trazer benefícios mútuos para ambas as partes envolvidas (Cortês, 1969). É evidente a importância da diplomacia para a preservação do sistema internacional através das análises de

Morgenthau (2003), que diz que uma diplomacia que termina em guerra irá falhar em seu principal objetivo, que é a promoção do interesse do Estado de formas pacíficas. Um exemplo disso são as missões diplomáticas promovidas entre Estados, com o objetivo de promover relações políticas, econômicas e culturais, sendo compostas por embaixadas, consulados e representações em organizações internacionais, fazendo o papel de comunicação entre os Estados.

Morgenthau aponta que a função da diplomacia, de envolver todo propósito da política externa, é dividida em quatro aspectos e, se o descumprimento de qualquer uma dessas tarefas pode prejudicar os efeitos da política externa. Os pontos destacados são:

(1) a diplomacia precisa determinar seus objetivos à luz do poder disponível, tanto de fato como em potencial, para a consecução desses objetivos; (2) a diplomacia tem que ser capaz de avaliar os objetivos das outras nações e o poder disponível, tanto de fato como em potencial, para a consecução desses objetivos; (3) a diplomacia precisa determinar até que ponto esses diferentes objetivos são compatíveis entre si; (4) a diplomacia tem de empregar meios apropriados para a concretização de seus objetivos. O não cumprimento de qualquer dessas tarefas pode prejudicar o êxito da política externa e, com ela, a paz do mundo. (Morgenthau, 2003, p. 968)

A diplomacia pode ser usada através de várias formas e com estratégias diferentes para manutenção da paz, a cultura sendo uma dessas ferramentas (Morgenthau, 2003, p 967). A diplomacia cultural é uma prática particular, porém se insere no âmbito das relações internacionais de maneira mais abrangente, sendo fundamental considerar não somente a criação de uma estrutura específica para compreender a diplomacia cultural, mas também as interações entre qualquer definição e as relações entre os países de forma geral.

De acordo com David Clarke (2016), a diplomacia cultural consiste na troca de conhecimento, linguagem, música e demais aspectos culturais para entendimento mútuo, trazendo uma forma de as nações compartilharem narrativas culturais e reforçando a sua identidade. A abordagem ultrapassa interações políticas convencionais, mostrando a importância dessa troca de valores culturais.

Desde o início, os teóricos dos Estudos Culturais, como Edward Thompson e Richard Hoggart, estavam cientes da relação entre tais produtos culturais como expressões de uma identidade distinta e os efeitos potencialmente subjulgadores da cultura de massa, vista como uma forma de doutrinação ideológica na sociedade

capitalista. Hoggart (1958)², citado por Clarke (2016), ilustra essa tensão ao contrastar o canto coletivo nos pubs, uma manifestação comunitária e identitária da classe trabalhadora, com os “meninos do jukebox” dos anos 1950. Embora ambos os grupos apreciem a música popular, os jovens são retratados como vítimas de uma ideologia marcada pelo consumismo e materialismo superficial. Além disso, os Estudos Culturais compartilham uma preocupação constante com o papel ativo da população na criação de produtos culturais e com a importância da cultura na definição das identidades nacionais.

Algo colocado em discussão pelos Estudos Culturais, principalmente com a Escola de Birmingham, foram o aproveitamento ativo das audiências dos produtos culturais e a criação de significados que os povos podem ter com eles. De acordo com Suart Hall (1999)³, também mencionado por David Clarke (2016), a Escola de Birmingham destacou como a audiência tem a capacidade de modificar ou desafiar a mensagem de um produto cultural, reinterpretando para situações que o público possa identificar, sendo isso uma “política de significação”. Também sugerem que qualquer produto cultural pode ser analisado em termos de como ele é representado, quais sociedades que estão relacionadas com esse produto, como é produzido e consumido e quais mecanismos regulam sua distribuição.

Cummings (2003) demonstra que a diplomacia cultural envolve a troca de ideias, artes e elementos culturais entre nações, com o objetivo de promover a compreensão mútua, uma manifestação do *soft power*. A cultura, sendo uma característica importante nas relações internacionais, proporciona aprofundar o entendimento entre países e seus povos, usando o conceito utilizado por Nye (2004) de não usar a força como uma forma de persuasão, e sim a cultura como uma forma de atrair outros Estados para fortalecer relações e a política externa de um país. Ribeiro (2011) menciona que as vinculações entre política cultural e política externa podem ser menos conturbadas. De acordo com o autor,

² HOGGART, R. **The uses of literacy**. Londres, England: Routledge, 2017.

³ 8. Encoding and Decoding in the Television Discourse [originally 1973; republished 2007]. Em: **Essential Essays, Volume 1**. [s.l.] Duke University Press, 2020. p. 257–276.

por maiores que sejam as divergências quanto a ênfases ou métodos de trabalho, os mecanismos de difusão cultural de inspiração diplomática devem ser externos dos países a que se encontram vinculados. Ainda que essas contribuições dificilmente possam ser avaliadas (em termos de retorno em curto prazo), os projetos devem estar a serviço dos interesses mais amplos da política externa do país por eles responsável. Somente assim as programações se viabilizam e os recursos se materializam. (Ribeiro, 2011, p. 35).

Além do próprio Estado ter políticas de diplomacia cultural, outros órgãos podem contribuir para a imagem do país. Cummings (2003) descreve métodos administrativos para conduzir a diplomacia cultural, envolvendo ministérios, órgãos governamentais, organizações independentes e instituições sem fins lucrativos.

No entanto, a participação das entidades não governamentais na diplomacia de um país nem sempre é claramente estabelecida. De acordo com Mark (2009), a diplomacia cultural envolve atividades que são realizadas ou contam com agentes diversos, como músicos, artistas e diretores, além das suas expressões artísticas, como filmes, e a promoção de aspectos culturais de um país, como o idioma.

As ações de produção cultural podem refletir aspectos da cultura política que é representada pelo governo e não se restringem aos conceitos de “alta cultura”, que antes era associada às elites, mas agora abrange o público geral, ou seja, a cultura popular (Mark, 2009). O crescimento de interesse na facilidade das relações culturais para alcançar esses objetivos é fundamental para a criação de uma visão positiva do país com essa diplomacia, influenciando o comportamento de indivíduos na sociedade que recebe esse conteúdo.

Apesar dos desafios significativos, a diplomacia cultural possui um grande potencial. É necessário investir em recursos culturais e ter habilidade para lidar com as percepções internacionais. Os benefícios são relevantes, permitindo uma influência global eficaz e ética, fortalecendo as relações internacionais sem coerção.

2 COREIA DO SUL, O EMERGENTE QUE SE TORNOU GRANDE

A Coreia do Sul, historicamente marcada por disputas internas e domínio de potências estrangeiras, protagonizou uma das mais notáveis evoluções econômicas e tecnológicas do século XX. Durante anos, desde 1910, o país se encontrava dominado pelo império japonês, após ganharem guerras contra a China e Rússia, anexando a Coreia e apagando totalmente a cultura do país, implantando a cultura do Japão. Durante esse período colonial, a Coreia sofreu um apagamento sistemático de sua identidade cultural, com a imposição da língua, costumes e nomes japoneses. A potência colonizadora proibiu expressões culturais coreanas e limitou até o acesso dos próprios sul-coreanos à cultura japonesa. Como resultado, a identidade nacional coreana foi profundamente apagada (Loyola, 2022, p. 95-96).

Com o término da Segunda Guerra Mundial, em 1945, a Coreia foi libertada do domínio japonês. No entanto, ainda era percebida como um país vulnerável e suscetível a pressões internacionais. Para os países aliados, como Estados Unidos, União Soviética e Inglaterra, a Coreia ainda precisaria de uma tutela internacional, para ajudar o país a se reerguer (Visalli, 2019). Apesar dos países aliados terem concordado com essa “tutela” e que não haveria a invasão de tropas militares no território coreano, o presidente norte-americano Harry S. Truman ordenou ao seu Departamento de Guerra que escolhesse uma linha divisória para a Coreia, no paralelo 38.

Josef Stalin concordou com a divisão “temporária”, sendo a parte norte orientada pela União Soviética e a parte sul pelos Estados Unidos, as duas grandes potências da Guerra Fria (Visalli, 2019). Com as influências desses Estados em cada parte da península coreana e tendo apoio econômico e militar, os norte-coreanos começaram a planejar uma invasão no território sul-coreano, assim, iniciando a Guerra das Coreias.

Foram três anos de conflitos violentos, até a assinatura de um armistício, em 1953, mostrando que até os dias atuais, as duas Coreias ainda estão em conflito. A partir dos anos 1960, a nação implementou uma abordagem de desenvolvimento industrial acelerado, centrada em exportações e em áreas de alta tecnologia. Essa estratégia, combinada com aportes em educação e infraestrutura, gerou um

crescimento econômico, convertendo a Coreia do Sul em uma potência industrial e tecnológica.

O crescimento da Coreia do Sul não se restringiu apenas ao setor econômico. A nação também emergiu como um participante significativo na geopolítica tanto regional quanto global, sobressaindo-se em campos como a cultura contemporânea, a fabricação de automóveis e a tecnologia eletrônica. O fenômeno conhecido como “onda coreana” (*Hallyu*) difundiu a música, as séries e os filmes da Coreia do Sul em várias nações, ajudando a aumentar a visibilidade internacional do país.

2.1 A DOMINAÇÃO JAPONESA E A GUERRA ENTRE AS COREIAS

A Coreia era uma península com um povo unificado e que compartilhava de uma mesma cultura. A partir do ano de 1905, isso começou a ser abalado, quando o Japão iniciou a conquista do território coreano aos poucos. Durante a expansão militar e econômica do império japonês que ocorreu no final do século XIX, entre os anos de 1904 e 1905, o Japão derrotou russos e chineses pelo território, fazendo com que a Coreia se tornasse um protetorado (De Souza Gabriel e Tadini, 2017).

O verdadeiro domínio japonês aconteceu em 1910, quando o Japão invadiu a Coreia e a anexou, sendo um dos períodos mais violentos da história coreana. Houve assassinatos, exploração sexual e moral e inúmeras tentativas de apagar a identidade coreana (De Souza Gabriel e Tadini, 2017). Durante a permanência do Japão no país, as escolas eram proibidas de ensinar o idioma coreano e a imposição de se batizarem com nomes japoneses⁴. Esses pontos mostram que além de uma invasão territorial, se tornou em uma invasão cultural.

Esse processo de colonização do Japão estimulou um senso de patriotismo dos coreanos, fazendo com que houvesse movimentos de resistência ao domínio japonês. Em 1 de março de 1919, manifestações pacíficas exigindo independência se espalharam por todo o país, mas foram logo reprimidas pelas autoridades japonesas⁵.

⁴ Embaixada da República da Coreia em Moçambique, 2014.

⁵ Embaixada da República da Coreia em Moçambique, 2014

O domínio japonês se estendeu até o final da Segunda Guerra Mundial e o Japão, que havia feito aliança com os países do Eixo, Alemanha e Itália, já estava enfraquecido por conta da guerra. Em agosto de 1945, os japoneses se renderam aos Aliados, Reino Unido, França, União Soviética e Estados Unidos, renunciando a todos os territórios que haviam conquistado e trazendo esperança para o povo coreano pela “libertação” da opressão que sofriam nas mãos dos colonizadores (Visalli, 2019). Segundo a autora, apesar dos países Aliados, como Estados Unidos, Inglaterra e União Soviética concordarem com a independência, os norte-americanos acreditavam que a Coreia precisava de estar sob uma tutela internacional para poderem se restabelecerem (Visalli, 2019). Os outros países concordam com a ideia, com Estados Unidos e União Soviética concordando em não manter exércitos no território coreano, mas o futuro seria diferente do combinado.

Após a Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos e União Soviética emergiram como potências globais, dividindo o mundo entre capitalismo e socialismo, o que levou à Guerra Fria e à disputa por influência. Desconsiderando o acordo de manter tropas fora da Coreia, o presidente dos EUA, Harry S. Truman, ordenou a divisão do território coreano ao longo do paralelo 38, preocupado com a expansão socialista até o Japão (BBC, 2021). Josef Stalin concordou, estabelecendo o Norte sob influência soviética e o Sul, sob influência americana.

Figura 1 – Divisão das Coreias



Fonte: DUBY, Georges. Atlas historique mondial. Paris: Larousse, 2011, p. 197

Com o alinhamento da parte sul aos Estados Unidos, a Coreia absorveu majoritariamente sua cultura e a de alguns outros países asiáticos, sem se destacar na produção de entretenimento ou em criações próprias. A influência americana, acentuada pela presença militar na região, trouxe diversos aspectos culturais ao cotidiano sul-coreano, como a música, a moda e a promoção da vida noturna, sendo particularmente evidente em Itaewon, um dos bairros mais famosos por sua comunidade estrangeira em Seul, a capital da Coreia do Sul (Silva e Souza, 2022). No entanto, essa influência do estilo de vida norte-americano gerou uma forte repressão por parte do governo, motivada pelo temor de que a Coreia estivesse perdendo sua identidade cultural.

Assim que a informação de que os Estados Unidos e a União Soviética iriam governar a província chega aos coreanos, manifestações surgem contra os “governos” das potências, refletindo o temor de que o país fosse dominado. No Sul, em setembro de 1946, uma greve de trabalhadores se espalhou por toda a região, sendo violentamente reprimida pelo recém-criado Exército da República da Coreia e pelas forças armadas norte-americanas, que anularam direitos civis e cometeram abusos físicos (Visalli, 2019).

Mesmo com protestos, houve a oficialização da divisão dos dois extremos. Apesar de ter uma comissão para a unificação da península coreana e criar uma administração única, a solução foi levada para a Organização das Nações Unidas, que dizia que a Coreia deveria passar por eleições populares, supervisionadas pela Organização (Centro Cultural Coreano no Brasil, s.d). Em julho de 1948, aconteceu a primeira eleição democrática da República da Coreia, conhecida como Coreia do Sul, elegendo Syngman Rhee como presidente, com o apoio dos Estados Unidos. Em menos de um mês, sem a supervisão da Organização das Nações Unidas (ONU) no local, foi estabelecida a República Popular Democrática da Coreia, conhecida como Coreia do Norte, e Kim Il-Sung foi estabelecido como primeiro-ministro (Centro Cultural Coreano no Brasil, s.d).

Figura 2 – Syngman Rhee



Fonte: Underwood Archives (1942)

Figura 3 – Kim Il-Sung



Fonte: Three Lions (1950)

Embora ambos os países se provocassem constantemente, a Guerra da Coreia teve início na parte norte quando unidades do Exército da Coreia do Norte, com a aprovação de Kim Il-Sung, violaram a fronteira estabelecida no paralelo 28 e adentraram o território sul-coreano, marchando em direção à capital, Seul (Marek, 2024). A justificativa da invasão do governo norte-coreano seria de reunificar o país, estabelecendo um regime comunista em toda a península (Amerise, 2023). Nos primeiros meses da guerra, com a ajuda dos Estados Unidos, amparada pela ONU, a Coreia do Sul começou a resistir e lançou um contra-ataque em massa.

Figura 4 - General Douglas MacArthur e Presidente Syngman Rhee



Fonte: Getty Images/Bettman (1950)

O conflito entre as duas Coreias durou três anos e culminou com a assinatura do armistício em Panmunjom, mantendo a divisão da península entre Norte e Sul ao longo do paralelo 38, estabelecido anteriormente pelos Estados Unidos. Apesar do armistício, os países permaneceram tecnicamente em guerra, com consequências que perduram até hoje. O primeiro presidente sul-coreano, Syngman Rhee, governou de maneira autoritária, adotando princípios nacionalistas e conservadores em seus discursos (BBC, 2021). Rhee foi deposto em 1960, após manifestações estudantis ganharem força, denunciando seu mandato prolongado e fraudes nas eleições.⁶

2.2 FORTALECENDO O PAÍS COM A IDENTIDADE CULTURAL

Após a renúncia de Syngman Rhee, houve diversos governos ditatoriais e um controle da cultura coreana, principalmente durante o governo do ditador Park Chung Hee, em 1962, até depois de sua morte em 1979 (Silva e Souza, 2022). O governo de Park estabeleceu um plano de desenvolvimento econômico de 5 anos, com o tema de “modernização da pátria”. Nesse período, o país passou por uma forte industrialização, se tornando parte dos Tigres Asiáticos⁷, sendo conhecida por exportar tecnologia por preços baixos⁸.

Park também usou do *national branding* (marca nacional) para poder manter a propaganda autoritária em favor do governo, tentando criar uma identidade nacional, através do controle das emissoras, que tinham programas musicais de sucesso e, para ir ao ar, as músicas precisavam ser patrióticas, ou “inocentes”, como baladas românticas, não aceitando nenhum tipo de entretenimento estrangeiro (Silva e Souza, 2022). Após a morte de Park Chung Hee, não houve tantas mudanças em relação à censura da mídia.

Este cenário teve uma mudança quando Seul foi escolhida para sediar as Olimpíadas de 1988, marcando uma virada na democracia da Coreia do Sul e a

⁶ Embaixada da República da Coreia no Brasil, 2012.

⁷ Denominação usada para países da Ásia cujo desenvolvimento, após a 2ª Guerra Mundial, foi muito intenso e contínuo, como Taiwan, Coreia do Sul e Singapura (Manual de Comunicação da Secom).

⁸ Centro Cultural Coreano no Brasil, s.d.

imagem do país (Biblioteca Nacional, 1988), fazendo com que a população conseguisse acesso e a troca entre culturas com outros países. A partir dessa troca, o país percebeu que poderia crescer através de produções culturais, tendo como exemplo filmes norte-americanos que eram sucesso de bilheterias que estavam tendo lucros iguais ao valor de vendas de carros nacionais, como da Hyundai (Silva e Souza, 2022).

A flexibilização para a entrada de produtos estrangeiros foi se fazendo presente durante o governo de Kim Young-Sam, em 1995, quando foi criado o Departamento de Cultura da Coreia do Sul para angariar investimentos na cultura nacional e visando a valorização e o lucro (Silva e Souza, 2022). O contato que o país teve com outras culturas, tanto orientais, quanto ocidentais, ajudou a fortalecer e diversificar a Coreia do Sul, adquirindo influências que poderiam enriquecer as particularidades da cultura sul-coreana (Martins, 2022).

No entanto, por conta de uma crise monetária e recessão econômica que atingiu os países asiáticos, o PIB da Coreia do Sul caiu 37% (Guimarães, 2010) e o país precisou recorrer a um empréstimo no Fundo Monetário Internacional (FMI) de US \$57 bilhões para se reorganizar (Reis, 2019). Apesar dessa queda, o país ainda era bastante focado em continuar a investir na cultura, decretando uma lei de incentivo à cultura que destinaria 1% do PIB do país para a produção cultural, como filmes, artes e música (Silva e Souza, 2022).

O crescimento da indústria do entretenimento sul-coreana foi possível com incentivos governamentais e do setor privado, os chamados *Chaebols*⁹, que seriam empresas como Samsung, LG e Hyundai, promovendo produtos de qualidade e ajudando a melhorar a imagem da Coreia do Sul no cenário do comércio internacional e o *national branding* do país (Barros II, 2023).

⁹ “Termo em coreano que indica grandes conglomerados de empresas familiares sul-coreanas; e em consequência desse investimento por parte do Estado, essas empresas expandiram seus negócios para diversas áreas de interesse do governo” (LIMA, 2017, p.612).

2.3 O SURGIMENTO DO K-POP E A ONDA COREANA

Em 1992, ainda na mudança de governos e uma adesão lenta de conteúdo cultural estrangeiro, surgiu um grupo musical que se desviava do que era apresentado comumente na cultura sul-coreana. Seo Taiji and Boys, composto por Seo Taiji, Yang Hyun-suk e Lee Juno, estrearam nos programas musicais nacionais, com músicas com um estilo inspirado no *hip-hop* americano, mostrando que era possível um progresso cultural no país (Cohen, 2018). A estreia do grupo foi um momento simbólico que representou um choque na cultura, pois a população ainda estava acostumada com músicas patrióticas que eram tocadas como forma de promoção do governo.

Figura 5 – Seo Taiji & Boys



Fonte: Kpop World (s.d.)

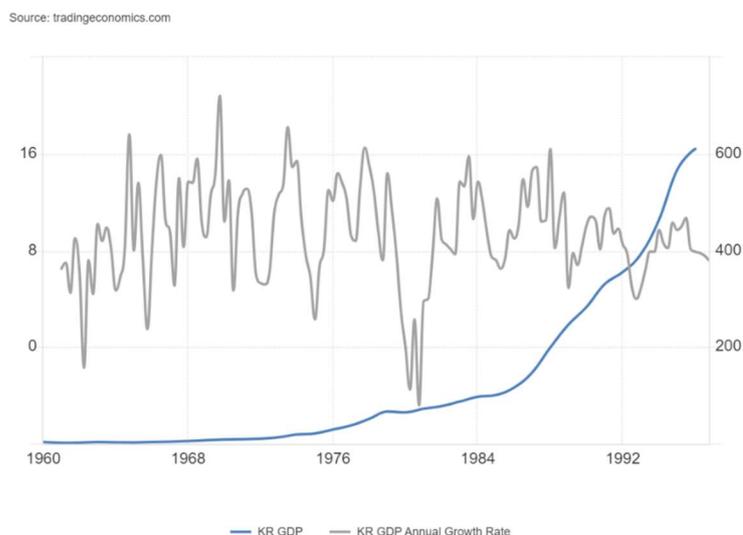
O grupo ficou bastante popular dentro do território coreano, principalmente entre o público jovem, criando tendências não só no mundo da música, mas também da moda que era influenciada pelo *streetwear* (moda urbana) norte-americano. Apesar de terem um grande impacto, no lançamento do *single*¹⁰ ‘Come Back Home’, que falava sobre jovens que fugiam de casa pois não concordavam com os normas da sociedade, o álbum *Seo Taiji and Boys IV* teve várias de suas músicas censuradas, pois a mídia da época dizia que suas letras eram desrespeitosas com a geração mais

¹⁰ Música promocional para divulgar um álbum. Fonte: NORONHA, M. **Qual é a diferença entre EP, álbum e single?** Disponível em: <<https://gshow.globo.com/cultura-pop/musica/noticia/qual-e-a-diferenca-entre-ep-album-e-single.ghtml>>. Acesso em: 11 dez. 2024.

velha (Cohen, 2018). Isso gerou um opiniões controversas, como a de Bae Pyeong Ho¹¹ que disse “que tipo de mundo seria se as crianças andassem por aí cantando essas letras?”.

As críticas não impediram que Seo Taiji & Boys se tornassem um sucesso e um dos grupos mais famosos da Coreia do Sul. O grupo anunciou seu *disband*¹² em 1996, no auge de sua carreira. Na década de 1960, a Coreia do Sul enfrentava severas dificuldades econômicas; entretanto, por meio de um desenvolvimento estratégico, tornou-se a 11^a maior economia do mundo no mesmo ano em que o grupo encerrou suas atividades (Cohen, 2018). Esse contexto evidencia o papel crescente da indústria musical na dinamização da economia sul-coreana (Figura 6)

Figura 6 – PIB da Coreia do Sul entre 1960 até 1996



Fonte: Trading Economics (2024)

Vendo a crescente na economia com o sucesso de investimentos na cultura, Lee Soo-man, um artista que logo virou empreendedor e CEO de uma das maiores empresas de entretenimento da Coreia do Sul, a *SM Entertainment*, viu a oportunidade de fazer a música um produto de exportação e encará-la como um *commodity* (Luisa, 2019). O empresário, que morou nos Estados Unidos e sabendo

¹¹ Membro da Comissão de Revisão de Música Popular e Gravação da República da Coreia

¹² Termo usado popularmente no K-pop para falar sobre a separação de grupos

como formular artistas no território sul coreano, teve seu primeiro sucesso com o grupo H.O.T, em 1996, tendo similaridades com Seo Taiji & Boys pela influência no *hip-hop*.

Figura 7 – H.O.T



Fonte: SM Entertainment (1996)

Apesar do sucesso do grupo, no ano de 1997, a Coreia entrou em um colapso com a crise monetária na Ásia. O PIB do país caiu 38% em dois anos, muitas empresas chegando a falência e a taxa de suicídio no país aumentado, devido as dificuldades financeiras (Luisa, 2019). O governo, assim como Lee Soo-Man, viu a oportunidade de investir na cultura e aprovar uma lei destinada a promover a arte.

Artigo 1 (Objetivo)

O objetivo desta Lei é estabelecer as bases para o desenvolvimento das indústrias culturais e aumentar a competitividade das mesmas, contribuindo assim para a melhoria da qualidade da vida cultural nacional e o desenvolvimento da economia nacional, ao prover questões necessárias para apoiar e fomentar as indústrias culturais. (Lei-Quadro sobre a Promoção das Indústrias Culturais, Coreia do Sul, 1999)

Com esse novo formato para a divulgação de arte, várias empresas do ramo viram uma oportunidade para o crescimento de seus artistas. As principais, chamadas de “*Big Three*”¹³, que é composta pela *SM Entertainment*, de Lee Soo-Man, *JYP Entertainment*, de Park Ji-young, um famoso cantor dos anos 1990, e *YG*

¹³ Agências que trabalham recrutando e produzindo os grupos de k-pop, sendo as maiores da Coreia do Sul (Silva e Souza, 2022)

Entertainment, fundada por Yang Hyun Suk, ex-integrante do grupo Seo Taiji & Boys (Cohen, 2018). Essas empresas criaram a fórmula de como a indústria do K-pop se expande até os dias atuais.

Além do *K-pop*, outro produto que ficou bastante conhecido no auge da Onda Coreana, ou a chamada “*Hallyu*”, foram os chamados *k-dramas*, ou dramas coreanos. A produção de séries coreanas teve bastante sucesso, com o início dessa exportação cultural sendo entre a Coreia do Sul e a China (Silva e Souza, 2022). Por conta dos dois países terem uma proximidade territorial e valores sociais parecidos, os *k-dramas* se tornaram bastante populares entre os chineses.

O termo *K-pop* foi inicialmente inventado na mídia internacional. Na Coreia do Sul, os artistas são chamados de *idols*¹⁴ e por muitas das vezes terem um processo específico e seguirem a mesma fórmula para a criação desses grupos (Cohen, 2018). Os grupos são formados por padrões da indústria coreana, com as empresas promovendo audições e recrutando *trainees*, anos de treinamento de canto e dança rigorosos, um time de marketing para montar o “visual” através de divulgações e videoclipes, e estratégias para lançarem musicais várias vezes durante o ano (Benjamin, 2023).

Um aspecto importante para entender o *K-pop* é que os grupos são divididos em gerações e cada uma delas tiveram seus auge. Seo Taiji & Boys e H.O.T, são considerados grupos da primeira geração. A segunda geração do *K-pop* começa por volta de 2001 e termina por volta de 2011, com um maior investimento das empresas para exportar os grupos para fora da Coreia do Sul (Kang, 2020). O início dessa era é marcada pela estreia e sucesso do grupo TVXQ na Ásia, fazendo com que o *K-pop* se consolidasse como um setor próspero e, a partir de então, o número de gravadoras e artistas desse gênero só aumentou (Highway Star, 2020).

Dentro desse contexto, outros grupos da segunda geração também se tornaram bastante populares, como Girls’ Generation, BIGBANG, Super Junior, Wonder Girls e 2NE1. Algumas músicas de grande destaque desses grupos são Gee,

¹⁴ Termo criado por Lee Soo-Man (Luisa, 2019).

do Girls' Generation, *Nobody* do Wonder Girls e *Sorry Sorry* do Super Junior, que tiveram reconhecimento tanto no território sul-coreano, como internacionalmente.

Figura 8 – Girls Generation



Fonte: SM Entertainment (2017)

As companhias, então, começaram a fazer com que seus artistas viajassem em turnês mundiais e montaram uma imagem de “estrela amigável”, para ter mais aproximação do público. Na chegada dos anos 2010, com a popularização do YouTube, as músicas de vários artistas alcançaram a um público maior, sendo o seu auge com *Gangnam Style*, do cantor PSY (Kang, 2020).

Figura 9 - PSY



Fonte: Getty Images (2016)

A terceira geração foi onde o gênero se tornou popular mundialmente, essa característica seria marcada por seu público-alvo, que se expandiu para um território

internacional (Highway Star, 2020). Com a popularidade das redes sociais e do YouTube, se tornou mais fácil o consumo desses grupos, acompanhando os lançamentos de álbuns de maneira simultânea (Kang, 2020).

Algo que se tornou bastante comum na terceira geração foi o investimento na qualidade de conteúdo, tanto musical, quanto em coreografia, vídeo clipes, conteúdo promocional, mercadorias e entre outros. Um dos grandes exemplos são o *boygroup* BTS (Figura 10), que ganhou rápido reconhecimento internacional no ano de 2016, e o *girlgroup* BLACKPINK (Figura 11), que desde sua estreia, tiveram um público internacional significativo (Kang, 2020). Grupos como o BTS conquistaram reconhecimento ao compor músicas que ressoam com diversos públicos pudessem se identificar, com temas sobre saúde mental e amor-próprio, como em seu álbum de *Love Yourself: Answer*, de 2018.

Uma das músicas do grupo, intitulada como *Answer: Love Myself*, cita

Sim, eu tenho essa beleza. Saber que tudo está indo no caminho para me amar. Eu estou andando para mim mesmo. É uma ação necessária para mim, minha própria atitude, é a felicidade que eu preciso. Eu te mostrarei o que eu tenho, Eu não tenho medo, porque sou eu e preciso me amar.¹⁵

Figura 10 – BTS



Fonte: Cindy Ord (2020)

Figura 11 - BLACKPINK



Fonte: Alexandra Gavillet (2020)

Até o momento do estudo, o *K-pop* está em sua quarta geração, tendo seus produtos com um foco maior no público global, indo além das fronteiras da Coreia do Sul (Kang, 2020). O gênero conseguiu se expandir e alcançou um destaque inédito

¹⁵ Trecho retirado da canção Answer: Love Myself, traduzida do coreano para o português. Fonte: <https://www.vagalume.com.br/bts/answer-love-myself-traducao.html>.

para um produto cultural que foi exportado da Ásia no cenário internacional (Highway Star, 2020).

Grupos como Stray Kids (Figura 12), Aespa, Itzy e ATEEZ são representantes dessa fase, em que trouxeram a quebra de barreiras em questões de estética musical, misturando vários gêneros em suas músicas e composições, explorando ainda mais o gênero e trazendo um público diversificado (Kang, 2020). Os artistas continuam levando mensagens que o público se identifique, como a cantora Huh Yun-Jin (Figura 13), do grupo Le SSerafim, que em sua música *I=Doll*, fala sobre a importância de confiar em si mesmo.

Na canção, a cantora diz

porque se eu tivesse uma escolha, eu colocaria minhas opiniões em primeiro. Mesmo que você tente encontrar falhas em mim, eu darei uma olhada e segurei em frente. Meu próprio estilo, eu faço o que eu quiser. Não ignore minha voz [...] ¹⁶

Figura 12 – Stray Kids



Fonte: JYP Entertainment (2023)

Figura 13 – Huh Yun-Jin



Fonte: The Chosunilbo JNS (2024)

Outro aspecto notável da onda coreana é a ampla distribuição de filmes e dramas nos últimos anos, alguns dos quais alcançaram o *mainstream*. Filmes como *Parasita* (Figura 14), do diretor Bong Joon-Ho, deve reconhecimento a nível mundial e ganhando prêmios internacionais, inclusive o Oscar de melhor filme, no ano de 2019 (Barifouse, 2020). A surpresa de um filme estrangeiro ganhar o maior prêmio da

¹⁶ Trecho retirado da canção *I=Doll*, traduzida do coreano para o português. Fonte: <https://genius.com/Genius-brasil-traducoes-huh-yunjin-i-doll-traducao-em-portugues-lyrics>.

Academia de Cinema¹⁷ americana destacou a importância da lei de incentivo à cultura na Coreia do Sul.

Figura 14 – Parasita (filme)



Fonte: CJ Entertainment (2019)

¹⁷ A Academia de Artes e Ciências Cinematográficas (*Academy of Motion Picture Arts and Sciences* - AMPAS, em inglês) foi fundada em 1927. O grupo é formado por atores, diretores, produtores e outros especialistas de cinema (Fernandes, 2024).

3 INTERNACIONALIZAÇÃO DA CULTURA COMO ESTRATÉGIA DE POLÍTICA EXTERNA SUL-COREANA

A Coreia do Sul, em um curto período, emergiu no cenário global não apenas como um expoente comercial e tecnológico, mas também como um ícone cultural. O fenômeno *Hallyu*, ou onda coreana, vai muito além de uma mera tendência passageira, simbolizando uma estratégia de *soft power* meticulosamente elaborada pela Coreia do Sul para divulgar sua cultura e imagem internacionalmente.

Por meio da música, do cinema, da moda e da tecnologia, a Coreia do Sul criou uma imagem atrativa, conquistando milhões de fãs ao redor do planeta (Suzuki, 2022). A importância do K-pop não é apenas vista nas paradas musicais e em números, mas também em ações diplomáticas em parceria com organizações internacionais, mostrando como a Coreia do Sul usa do artifício e carisma dos *idols* para o poder de influenciar e mudar opiniões de seu público, tanto dentro do país, como internacionalmente.

Neste capítulo, será realizada uma análise de como essa estratégia de *soft power* foi desenvolvida e quais foram seus principais efeitos. A difusão de produtos culturais sul-coreanos, como as canções do grupo BTS e filmes premiados, como *Parasita* (2019), não apenas transformou a percepção global sobre a nação, mas também consolidou sua influência econômica e diplomática.

Neste capítulo, serão abordados os métodos utilizados pelo Estado e pela iniciativa privada, os chamados *chaebols*, para fortalecer essa visão cultural. Também serão analisadas as consequências dessa influência cultural para a geopolítica atual e seu impacto fora da Coreia do Sul, incluindo discursos em organizações internacionais, como as Nações Unidas, e em missões de paz envolvendo a Coreia do Norte, buscando intercâmbios culturais entre os dois países e formas de diplomacia cultural.

3.1 K-POP COMO SOFT POWER: A INFLUÊNCIA DA CULTURA COREANA NAS RELAÇÕES DIPLOMÁTICAS

Com os avanços recentes a partir dos anos 2010, a Coreia do Sul buscou promover um conjunto de ações para elevar os níveis de alcance de sua política externa e se consolidar como destaque diplomático no cenário internacional, especialmente por meio de produções culturais. De acordo com Silva e Souza (2022), a cultura do país atua no sentido de fortalecer suas relações diplomáticas com suas características e, por meio desse raciocínio, existe tanto a possibilidade de promover a proximidade com outros Estados, quanto de causarem atritos diplomáticos, sendo elementos do *soft power*.

De acordo com Lee (2009), a onda coreana, ou chamado popularmente de *Hallyu*, não é a única maneira de poder brando da Coreia do Sul, mas é uma das mais bem sucedidas, criando estratégias para mobilizar os recursos corretos para atingir certos interesses políticos e econômicos. Isso mostra que “quando tais esforços são realizados e influenciam positivamente a consecução dos objetivos, então pode-se dizer que os recursos estão sendo traduzidos em *soft power*” (Lee, 2009).

Ainda de acordo com o autor, algumas dessas ferramentas podem ser identificadas como: a manipulação e criação de imagens favoráveis a Coreia do Sul que levariam à melhoria de seus ambientes de segurança nacional e humana, mostrando um país menos intimidador; a propagação dos padrões coreanos, como forma moda, culinária, comportamento e música; e a atração do público pelas celebridades, ou *idols*, sendo mais influentes do que a maioria dos políticos, mostrando que se as estrelas transmitem valores universais e engajados em causas sociais, a população também mudaria seu comportamento (Lee, 2009).

Com a popularidade das mídias sociais, o consumo da cultura coreana ficou ainda mais acessível, fez com que a *Hallyu* se tornasse um movimento “fora da curva” para um país oriental e inteiramente ligada com os investimentos em cultura, se tornando um fenômeno em questão da globalização e exportação da indústria cultural (Sernagiotto, 2021).

Um exemplo da influência do K-pop em políticas de outros países é a parceria que o Ministério da Cultura do Brasil (MinC) e a Agência Brasileira de

Desenvolvimento Industrial (ABDI) para investimentos na indústria audiovisual do país (Ministério da Cultura, 2024). O secretário de Desenvolvimento Industrial, Inovação, Comércio e Serviço do MinC, Uallance Moreira Lima, citou durante a reunião no ministério que a Coreia do Sul é um modelo a ser seguido na questão de incentivo à cultura e, após a assinatura do documento, houve uma discussão sobre cooperação e intercâmbio cultural entre Brasil e Coreia do Sul (Ministério da Cultura, 2024).

O modelo exemplificado pelo secretário, além do incentivo do governo sul-coreano, também houve a influência dos *chaebols*, os grandes conglomerados da Coreia do Sul, que foram atraídos pelo cinema e indústria musical nacional, ajudando no crescimento através de capital (Sernagiotto, 2021). Empresas como *Samsung* e *Hyundai* foram algumas principais que entraram na questão de incentivos para o crescimento da cultura, com investimentos de forma contínua.

Essas empresas também se beneficiam ao usarem as figuras de *idols* para a divulgação de seus produtos e fazendo colaborações em suas marcas. Um exemplo é a colaboração da *Samsung* com o grupo BTS, lançando uma parceria em um lançamento de um de seus aparelhos celulares (Da Silva, 2021).

Além da popularidade global, a Coreia do Sul também experimentou um crescimento significativo no turismo, promovendo uma imagem acolhedora para atrair visitantes estrangeiros por meio de festivais culturais em diversos países. Esse impacto é evidenciado por uma pesquisa realizada pela Organização de Turismo da Coreia do Sul em 2019, que mostrou que 86,8% dos turistas entrevistados foram influenciados pelo K-pop a visitar o país (Queiroga, 2020). Dessa forma, mais estrangeiros têm a oportunidade não apenas de assistir seus grupos favoritos, mas também de aprender mais sobre a cultura sul-coreana.

Mais exemplos que podem ser observados são de estrangeiros com o interesse de aprender o idioma coreano ou de estudarem em universidades do país. O número de estudantes de outros países matriculados em universidades coreanas aumentou em 20%, e a inauguração de 130 institutos de ensino do idioma em mais de 50 países representou um marco importante para a Coreia do Sul (Luisa, 2019).

A globalização do gênero e do aprendizado do idioma fez com que houvesse uma disseminação internacional dos grupos de K-pop, incorporando membros estrangeiros, inicialmente de outros países asiáticos como China, Tailândia e Japão,

e se movendo para os países do ocidente (Luisa, 2019). Alguns exemplos são grupos como *Stray Kids*, que dois de seus membros, Bang Chan e Felix, são australianos, e *Twice* (Figura 15), que três integrantes, Momo, Sana e Mina, são japonesas, e Tzuyu, é taiwanesa.

Figura 15 - Twice



Fonte: JYP Entertainment (2024)

O impacto da cultura no turismo do país é algo significativo no aspecto de trazer estrangeiros e expandir sua cultura, mostrado através de políticas de imigração do país. Um exemplo foi o anúncio do governo sul-coreano que, no ano de 2024, lançará um novo visto de viagem para que entusiastas da cultura se inscrevam em academias de artes do país por até dois anos, o chamado visto *Hallyu* (Fernandes, 2024). Isso expõe outra ferramenta para a construção de uma boa imagem para a Coreia do Sul e como as artes são um ponto chave para atrair mais visitantes e aumentar sua influência.

As políticas de incentivo à cultura da Coreia do Sul podem ser analisadas de acordo com a lógica do jogo de dois níveis, de Putnam (2008), que considera políticas nacionais e internacionais para obter acordos que sejam aceitos tanto no cenário internacional quanto ratificados pelos grupos domésticos. A influência do K-pop mostra a aceitação do gênero musical e a importância da cultura para o crescimento da Coreia do Sul e a forma que o país pode se relacionar com outros Estados.

No nível internacional, Putnam (2008) envolve a interação e negociação entre países, onde cada Estado busca maximizar seus interesses. Ao promover a onda coreana, a Coreia do Sul atua para construir uma imagem positiva e influente no

cenário global, ampliando sua presença. A exportação da cultura coreana é uma estratégia de diplomacia fundamental para se manter presente no cenário internacional.

Dentro do território sul-coreano, a popularidade e o apoio ao Hallyu refletem uma aceitação do uso de cultura como ferramenta de política externa. Internamente, há o incentivo governamental e social, além de gerar capital, fortalece a identidade coreana e o orgulho nacional, fundamental para a valorização cultural (Putnam, 2008).

3.2 Vozes do país: o uso de grupos como mensageiros da Coreia do Sul

A ascensão do K-pop transformou os grupos *idols* em verdadeiros instrumentos de diplomacia cultural. Além de exportarem suas músicas para outros países, os artistas também desempenham um papel importante como porta-vozes da Coreia do Sul em questões globais, uma expressão cultural que não era vista desde a Guerra Fria (Luisa, 2019).

Um dos exemplos mais recentes é o grupo BTS, formado por RM, Jin, J-hope, Suga, V, Jimin e Jungkook, que discursou nos anos de 2018 e 2021 na Assembleia Geral das Nações Unidas (UNICEF, 2018). Na aparição de 2018, o líder do grupo, Kim Nam-Joon, conhecido como RM, falou sobre o lançamento de um programa com a United Nations Children's Fund (UNICEF) chamado "*Generation Unlimited*" ("Geração sem limites"), com o objetivo de aumentar as oportunidades de investimentos, emprego e educação para jovens entre 10 e 24 anos (Vagalume, 2018). Em seu discurso, RM também mencionou a importância da aceitação própria entre os jovens, focando no incentivo de confiar em si em suas decisões (Figura 16).

Conforme o trecho do discurso de Kim Nam-Joon (2018),

então, vamos todos dar mais um passo. Nós todos aprendemos a nos amar, então agora eu peço para que você fale por si mesmo. Eu gostaria de perguntar a todos vocês. Qual é o seu nome? O que te anima e faz o seu coração bater mais forte? Me conte sua história, eu quero ouvir sua voz e eu quero ouvir as suas convicções. Não importa quem você seja, de onde você

vem, a cor da sua pele, o gênero com o que você se identifica: fale por si mesmo¹⁸.

Figura 16 - BTS discursando na Assembleia Geral das Nações Unidas



Fonte: Instagram (2018)

Apesar a Coreia do Sul ser um dos países com o maior índice de suicídio no mundo, a forma como o grupo mencionou a questão de aceitação e amor-próprio com valores ocidentais e não expor o conservadorismo da sociedade sul-coreana, um tabu nessa sociedade (Luisa, 2019), é um tema que o grupo aborda em suas músicas, fazendo com que pessoas fora da Coreia do Sul se identificassem com os artistas e levaram para seu discurso na ONU.

No ano de 2021, o grupo voltou à Assembleia Geral das Nações Unidas para discutir em prol dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), junto ao secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres (ONU News, 2021), com metas relacionadas a preservação do meio ambiente, direitos humanos e segurança alimentar que a ONU pretende alcançar até o ano de 2030, junto com incentivos para a vacinação contra a COVID-19 (Figura 17).

¹⁸ Trecho do discurso feito no dia 24 de setembro de 2018, na Assembleia Geral da ONU. Fonte: <https://www.unicef.org/press-releases/we-have-learned-love-ourselves-so-now-i-urge-you-speak-yourself>

Figura 17 – Suga e Jin (respectivamente) na Assembleia da ONU



Fonte: UM Photo/Cia Pak (2021)

Mais um caso notável de artistas que se uniu a UNICEF por questões ligadas a juventude e saúde mental foi a *boyband* Seventeen (Figura 18) que, em 2023, participaram do “*Youth Forum*” em Paris, para o incentivo de crianças e jovens com problemas de saúde mental (Monteiro, 2024). Essa ação é uma forma de reconhecimento da arte como uma forma de ativismo e como os artistas podem se destacar em discussões globais.

Durante o discurso feito pelo grupo, um dos membros, Kim Mingyu (2023), mencionou que

desde 2017, todos os anos, no aniversário da nossa estreia, fazemos uma doação a organizações e fundações infantis. E fazemos isso porque queremos garantir que nenhum jovem, não importa quem seja ou de onde venha, desista dos seus sonhos ou fique desanimado. Acreditamos que ao apoiar os sonhos das pessoas, também estamos espalhando positividade e esperança¹⁹.

Seguindo esta participação, junto com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o grupo também contribuiu com o lançamento de subsídios conjuntos para apoiar projetos para jovens internacionalmente (UNESCO, 2024). Os artistas se engajaram na causa com uma doação de U\$ 1 milhão para financiar a iniciativa e foram nomeados a Embaixadores da Boa Vontade da organização, pela diretora-geral da entidade, Audrey Azoulay

¹⁹ Trecho retirado do discurso feito pelo grupo *Seventeen* durante o evento “*Youth Forum*” da UNESCO. Tradução nossa. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=inf7liloLm0>.

(Gadelha, 2024). Com esse compromisso, os artistas se comprometeram a usar sua plataforma para expandir e divulgar os valores da organização.

Figura 18 – Seventeen na sede da UNESCO em Paris



Fonte: Lucile Theffo Defaudais (2024)

Outro grupo que também participou da Assembleia Geral da ONU para comentar sobre as ODS e a importância do desenvolvimento sustentável foi o grupo feminino aespa (Figura 19), composto por Giselle, Karina, Winter e NingNing (Almeida, 2022). Em sua fala, liderado por Giselle, cujo nome verdadeiro é Aeri Uchinaga, destaca que o conceito do grupo, que existe tanto em forma virtual, quanto no mundo real, e o quanto o metaverso reflete como a sociedade cuida do mundo real.

O trecho do discurso defende que

as pessoas estão prestando mais atenção a criação do melhor mundo metaverso possível. Ele transcende muitas fronteiras – realidade e realidade virtual, tempo e espaço, e gêneros e gerações. À medida que o metaverso se acelera, temos que fazer a pergunta: ‘Estamos trabalhando com o mesmo empenho para criar o melhor mundo real possível?’ (Aeri Uchinaga, 2022)²⁰.

²⁰ Discurso feito no dia 6 de julho de 2022, na Assembleia Geral da ONU. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sUpCP6pj3Y>

Figura 19 – aespa discursando na Assembleia Geral da ONU



Fonte: YouTube (2022)

Além de causas sociais, os grupos também são porta-vozes de mensagens de manutenção de paz. Um exemplo é o grupo feminino Red Velvet que, em 2018, desembarcou na Coreia do Norte para uma apresentação em Pyongyang (Figura 20). Este momento foi de suma importância para “estimular os intercâmbios e a cooperação intercoreana, que foi retomada com os Jogos Olímpicos de Inverno de Pyeongchang”, como dito pelo ministro da Cultura sul-coreano, Do Jong-hwan (O Globo, 2018). O líder norte-coreano Kim Jong-Un e outras autoridades da Coreia do Norte se juntaram para ver a apresentação e, junto com o ministro da Cultura sul-coreano, discutir novas formas de intercâmbio entre os países.

Figura 20 – Red Velvet se apresentando na Coreia do Norte



Fonte: Getty Images (2018)

A presença dos *idols* em eventos e missões como as citadas são fundamentais para o *soft power* do país, fazendo com que outras nações sintam atração na cultura sul-coreana e queiram aderir seus valores, como citado por Joseph Nye (2004). Isso se faz presente na maneira como a Coreia do Sul se comporta internacionalmente e

como ela apresenta seus artistas, expondo sua imagem de sucesso e modernidade através dos grupos de K-pop (Luisa, 2019).

Além disso, a diplomacia cultural feita pelos artistas tem um papel importante na manutenção de relações com outros Estados, fortalecendo e construindo alianças com a troca cultural e o entendimento mútuo entre países (Clarke, 2016). Ademais, a diplomacia pode servir como um recurso para reduzir tensões e incentivar a harmonia, ao estimular conversas e interações que superam divergências culturais e políticas.

3.3 A influência do K-pop nas causas humanitárias: o ativismo do público

É inevitável a influência do K-pop no cenário internacional, tanto no consumo do gênero musical, quanto na questão da diplomacia e do ativismo. A postura que os grupos *idols* tomam ao apoiar causas sociais e humanitárias moldam o comportamento de fãs para engajarem em ações semelhantes, mostrando como a promoção de produtos culturais para criar impressões positivas influenciam comportamentos em sociedades estrangeiras (Clarke, 2016).

Um exemplo dessa movimentação dos apoiadores dos grupos de K-pop foi através das redes sociais, com campanhas em apoio a causas como o movimento *Black Lives Matter* (Vidas Negras Importam), no ano de 2020 (Balducci, 2020). Vários artistas do gênero, como o grupo ATEEZ (Figura 21) e a cantora CL (Figura 22), apoiaram a causa através da rede social X²¹. CL se manifestou em suas redes sociais, dizendo que

Gostaria de encorajar todos os fãs de K-pop a retribuírem e mostrarem seu amor e apoio por tudo o que recebemos de artistas negros. Quero explicar a todos os fãs de K-pop, colegas asiáticos e não americanos que sentem que têm pouca ou nenhuma conexão com o que está acontecendo que estamos todos conectados no final do dia. E nós, asiáticos que vivem no exterior, também não enfrentamos racismo suficiente a ponto de ficarmos entorpecidos e cansados disso? Devemos nos levantar juntos como um, ajudando-os a lutar por justiça. Nunca é tarde demais. Vamos enviar a eles

²¹ Antigamente conhecido como Twitter.

amor e apoio, cuidando, elevando as vozes negras, nos educando e conscientizando as pessoas ao seu redor²².

Os fãs se engajaram para iniciar uma campanha antirracista na rede social, com o objetivo de derrubar o aplicativo *iWatch Dallas*, feito pelo departamento de polícia de Dallas, nos Estados Unidos, que seria usado para reunir ações violentas de ativistas da causa, sobrecarregando o acesso e tirando o aplicativo do ar (Balducci, 2020).

Figura 21 – ATEEZ



Fonte: KQ Entertainment (2023)

Figura 22 - CL



Fonte: The Chosunilbo JNS (2023)

Além da movimentação em mídias sociais, a ajuda dos apoiadores dos artistas sul-coreanos também é manifestada através de doações, influenciada pelos *idols*. Um caso recente foi o de Felix Lee (Figura 23), membro do grupo *Stray Kids*, que se tornou o membro mais jovem do Clube de Honra da UNICEF (Monteiro, 2024). De acordo com o Comitê Coreano da UNICEF, Felix doou cerca de 100 milhões de won para a organização, além de fazer parte de trabalhos comunitários em Laos, o sudeste asiático (Billboard Brasil, 2024). Isso fez com que os fãs do grupo se reunissem para fazer doações para a causa, tanto na Coreia do Sul, quanto internacionalmente.

De acordo com Felix (2024),

pude enfrentar a realidade das crianças no Laos que não conseguia sentir quando via apenas imagens e textos. Acredito que todas as crianças devem

²² Trecho tirado de postagem do Instagram de CL. Traduzido do inglês. Fonte: https://www.instagram.com/p/CBAiMkuJY85/?utm_source=ig_embed&ig_rid=111d917f-1945-42e7-8126-1c0588bdba71&img_index=.

ter a oportunidade de viver uma vida saudável. Isto porque acreditamos que as crianças que cresceram com essas oportunidades podem tornar-se adultos e apoiar e amar as crianças novamente. Fiquei muito feliz por poder transmitir o amor que recebi dos meus fãs às crianças através desta oportunidade²³

Figura 23 – Felix (Stray Kids) em trabalho voluntário com a UNICEF



Fonte: Reprodução/Instagram (2024)

Essa forma de influência dos *idols*, citada por Lee (2009), mostra como as figuras públicas conseguem cativar e mudar a forma de como os indivíduos no cenário internacional se comportam, as vezes tendo mais poder de influência sobre a população do que os próprios políticos. O uso da figura dos artistas é um mecanismo de poder pela Coreia do Sul, para que seus interesses sejam vistos pela política internacional e exercer a influência sob outros Estados e sociedades (Mongenthau, 2003).

O envolvimento dos fãs em causas sociais reflete positivamente na imagem da Coreia do Sul e nos próprios grupos de K-pop pode ser destacado como um caso de *soft power* ao ver como a influência dos artistas causam uma admiração, fazendo com que as pessoas que os acompanham queiram aderir ao que eles se propõem (Nye, 2004). O ativismo dos fãs também contribui para consolidar a Coreia do Sul como uma potência cultural e social, mostrando que sua influência vai além do entretenimento, alcançando áreas como diplomacia e relações internacionais.

²³ Trecho retirado de entrevista dada por Felix para a News Naver (2024) ao final de sua visita em Laos, traduzida do coreano. Fonte: <https://m.entertain.naver.com/article/609/0000834396>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho discute como a Coreia do Sul utiliza o *soft power* e a diplomacia cultural como ferramentas estratégicas nas relações internacionais. Para essa análise, foram utilizadas as bases teóricas sobre os conceitos de poder e cultura, explorando como eles se relacionam e influenciam o cenário internacional. Foi abordada a evolução do conceito de poder, desde visões clássicas, como as de Maquiavel (2010) e Weber (1999), até abordagens contemporâneas, como o poder brando de Joseph Nye (1999) e a diplomacia cultural de David Clarke (2016). Esses estudos destacam a importância da cultura como uma ferramenta estratégica de poder nas relações internacionais.

Ao discutir a trajetória histórica da Coreia do Sul, observa-se que a reconstrução de sua identidade cultural após períodos de opressão foi crucial para consolidar seu papel como potência cultural. Os incentivos à cultura permitiram ao país não apenas resgatar, mas também valorizar suas produções artísticas, estabelecendo-as como pilares de sua política externa, conforme a perspectiva apresentada por Nye (2004).

A análise realizada demonstrou que o sucesso da Coreia do Sul em consolidar seu poder brando está diretamente ligado com a combinação do apoio estatal, da iniciativa privada e a valorização cultural foi um fator determinante para consolidar a imagem sul-coreana como uma potência cultural. Essa estratégia não apenas ampliou a influência política do país, mas também promoveu benefícios econômicos significativos e relações diplomáticas estáveis com diversos Estados ao explorar o impacto cultural e mundial do *K-pop*.

Outro fator importante foi o crescimento da Coreia do Sul ao começar a investir em cultura após os governos autoritários do país, e a influência de outros países, como os Estados Unidos, que cresceram com a exportação de seus produtos audiovisuais, fazendo com que a Coreia também fizesse algo parecido com a música.

Levando em consideração a hipótese da pesquisa realizada, pode-se afirmar que o uso de grupos de *K-pop* sendo usados como uma ferramenta de influência é de grande eficácia para a Coreia do Sul, fazendo com que a ampliação de relações diplomáticas e influência no cenário internacional seja evidente. Isso mostra o impacto

dos produtos culturais para o sucesso de estratégias de diplomacia cultural (Clarke, 2016), principalmente no público internacional e fazendo com que a Coreia do Sul tenha um impacto ainda maior no uso desses grupos *idols* como representantes do país, instrumentos de manutenção da paz e porta-vozes de causas sociais importantes. Além disso, é importante ressaltar que a diplomacia cultural da Coreia do Sul não apenas consolidou suas conexões internacionais, mas também trouxe vantagens econômicas consideráveis, como o aumento do turismo, a elevação da procura pelo aprendizado do idioma coreano e a expansão das exportações culturais.

Ademais, o caso da Coreia do Sul proporciona um amplo espaço para investigações futuras, possibilitando a análise de semelhanças com outras nações que utilizam a cultura como um meio de influência global. Essa abordagem se destaca como um exemplo eficaz de como o *soft power* pode ser empregado para promover não apenas interesses nacionais, mas também o diálogo e a colaboração em um contexto internacional cada vez mais interligado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. **Aespa: Girl group de k-pop discursa sobre metaverso em fórum da ONU**. Disponível em: <<https://tangerina.uol.com.br/musica/aespa-discurso-onu/>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

AMERISE, A. Por que as duas Coreias seguem tecnicamente em guerra, 70 anos após acordo de cessar-fogo. **BBC**, 27 jul. 2023. Acesso: 10 out. 2024

BALDUCCI, G. **K-pop: Ativismo entre os fãs não é nenhuma novidade**. Disponível em: <<https://elle.com.br/sociedade/k-pop-ativismo-entre-os-fas-nao-e-nenhuma-novidade?srsltid=AfmBOorDTJC9z07xOyfNeZc8sVPTzWkeLs2AGlpJ3cUJU1drkYIEjg-b>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

BARIFOUSE, R. Apoio do governo, cotas e festivais: como a Coreia do Sul reinventou seu cinema e fez história no Oscar com “Parasita”. **BBC**, 11 fev. 2020. Acesso em: 16 out. 2024

BBC NEWS BRASIL. Por que a ida de Kim Jong-un a show de K-pop é surpreendente. **BBC**, 2 abr. 2018. Acesso em: 20 out. 2024.

CASTRO, Thales. **Teoria das relações internacionais**. Brasília: FUNAG, 2012. Acesso em: 09 dez. 2024.

CENTRO CULTURAL COREANO NO BRASIL. **Transição para uma Democracia e Transformação em uma Potência Econômica**. Disponível em: <<https://brazil.korean-culture.org/pt/174/korea/68>>. Acesso em: 30 out. 2024.

CLARKE, D. Theorising the role of cultural products in cultural diplomacy from a Cultural Studies perspective. **International Journal of Cultural Policy**, v. 22, n. 2, p. 147–163, 2016. 15 ago. 2024

COHEN, R. M. **Explicando: K-Pop (temporada 1, ep. 4)**. Estados UnidosNetflix, , 2018. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80216752>. Acesso em: 15 set. 2024.

DA SILVA, T. R. **CONSUMA K-POP, SEJA FELIZ: UMA ANÁLISE DA FELICIDADE NOS PRODUTOS MIDIÁTICOS DO GRUPO BTS**. [s.l.: s.n.]. Acesso em: 10 out. 2024.

EMBAIXADA DA REPÚBLICA DA COREIA EM MOÇAMBIQUE. **História da Coreia**. Disponível em: <https://overseas.mofa.go.kr/mz-pt/brd/m_10053/view.do?seq=708881&page=1>. Acesso em: 10 out. 2024.

Felix, do Stray Kids, se torna membro mais jovem do Clube de Honra da UNICEF. Disponível em: <<https://billboard.com.br/felix-do-stray-kids-se-torna-membro-mais-jovem-do-clube-de-honra-da-unicef/>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

FERNANDES, V. **Coreia do Sul está lançando um visto exclusivo para fãs de K-Pop**. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbeslife/2024/01/coreia-do-sul-esta-lancando-um-visto-exclusivo-para-fas-de-k-pop/>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

GLOBO, O. **K-pop pela paz: Red Velvet viaja para a Coreia do Norte, onde fará show**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/k-pop-pela-paz-red-velvet-viaja-para-coreia-do-norte-onde-fara-show-22544798>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

Guterres e ídolos do K-pop abrem evento em prol das 17 metas globais. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2021/09/1763722>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

HAMPTON, D. R. **Administração contemporânea**. 3. ed. São Paulo: McGrawHill, 1992. Acesso em: 08 out. 2024.

HIGHWAY STAR. **Afinal, como são divididas as gerações do k-pop?** Disponível em: <<https://www.hwstar.com.br/news/highwayblog/afinal-como-sao-divididas-as-geracoes-do-k-pop/>>. Acesso em: 30 out. 2024.

JANG, G.; PAIK, W. K. Korean wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. **Advances in applied sociology**, v. 02, n. 03, p. 196–202, 2012. Acesso em: 10 out. 2024.

KANG, J. **Here's the breakdown of K-pop's 4 generations, according to IDOLOGY webzine**. Disponível em: <<https://www.koreaboo.com/lists/breakdown-kpop-4-generations-according-idology-magazine/>>. Acesso em: 30 out. 2024.

LEE, G. A soft power approach to the “Korean wave”. **The Review of Korean Studies**, v. 12, n. 2, p. 123–137, 2009.

LOYOLA, V. F. Lamentos nipo-coreanos: uma tradução da memória traumática sul-coreana a partir de seu cinema contemporâneo. **Revista Escaleta**, dez. 2022. Acesso em: 10 set. 2024.

LUISA, I. **A Diplomacia do K-Pop**. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/especiais/a-diplomacia-do-k-pop>>. Acesso em: 3 nov. 2024.

MAREK, M. **1950: Começa a Guerra da Coreia**. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/1950-come%C3%A7a-a-guerra-da-coreia/a-297892>>. Acesso em: 30 out. 2024.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010. Acesso em: 17 set. 2024.

MATHIAS, L. B. **Política Externa Sul-Coreana - O Hallyu enquanto política de Estado estratégica de Soft Power**». Disponível em:

<<https://relacoesexteriores.com.br/politica-externa-sul-coreana-o-hallyu-enquanto-politica-de-estado-estrategica-de-soft-power/>>. Acesso em: 30 out. 2024.

MinC e ABDI firmam parceria para pesquisa nacional sobre o impacto econômico do audiovisual. Disponível em: <<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/minc-e-abdi-firmam-parceria-para-pesquisa-nacional-sobre-o-impacto-economico-do-audiovisual>>. Acesso em: 5 nov. 2024.

MONTEIRO, C. **O bem circulando: conheça idols de K-pop que participam de ações sociais.** Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/03/21/o-bem-circulando-conheca-alguns-idols-que-participam-de-acoes-sociais.htm>>. Acesso em: 30 out. 2024.

NYE, J. **Bound to lead: The changing nature of American power.** [s.l.] Basic Books, 1991. Acesso em: 13 ago. 2024.

NYE, J. **Soft power: The means to success in world politics.** Nova Iorque, NY, USA: PublicAffairs, 2004. Acesso em: 13 ago. 2024.

NYE, Joseph. **Soft power: the evolution of a concept.** Journal of Political Power, p. 1-11, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>. Acesso em: 09 dez. 2024.

PUTNAM, R. D. Diplomacia e política doméstica: a lógica dos jogos de dois níveis. **Revista de Sociologia e Política**, v. 18, n. 36, p. 147–174, 2010. Acesso em: 24 out. 2024.

QUEIROGA, L. **Organização de Turismo da Coreia do Sul aponta K-pop como o fator mais atrativo.** Disponível em: <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/organizacao-de-turismo-da-coreia-do-sul-aponta-pop-como-fator-mais-atrativo-24537075.html>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

SUZUKI, S. **Como estratégia sul-coreana que impulsionou k-pop e cinema pode inspirar o Brasil.** BBC, 1 out. 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-62975564>>. Acesso em 09 dez. 2024

Veja o inspirador discurso do BTS na Assembleia Geral das Nações Unidas. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/news/2018/09/25/discurso-bts-nacoes-unidas.html>>. Acesso em: 1 nov. 2024.

VISALLI, D. **Coreia: um pouco de história explica tudo.** Revista Opera, 4 out. 2019. Disponível em: <<https://revistaopera.operamundi.uol.com.br/2019/10/04/coreia-um-pouco-de-historia-explica-tudo/>>. Acesso em: 30 out. 2024