



UEPB

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA

CAMPUS V

CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

MARIANA JUSSARA MACHADO GADELHA DE SOUZA

**REFORMAS EDUCACIONAIS E A ASCENSÃO INTERNACIONAL DA COREIA
DO SUL: A ONDA COREANA (HALLYU) COMO INSTRUMENTO DE SOFT
POWER**

**JOÃO PESSOA
2021**

MARIANA JUSSARA MACHADO GADELHA DE SOUZA

**REFORMAS EDUCACIONAIS E A ASCENSÃO INTERNACIONAL DA COREIA
DO SUL: A ONDA COREANA (HALLYU) COMO INSTRUMENTO DE SOFT
POWER**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre César Cunha Leite

JOÃO PESSOA

2021

S729r Souza, Mariana Jussara Machado Gadelha de.
Reformas educacionais e a ascensão internacional da Coreia do Sul [manuscrito] : a onda coreana (Hallyu) como instrumento de Soft Power / Mariana Jussara Machado Gadelha de Souza. - 2021.
28 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2021.

"Orientação : Prof. Dr. Alexandre César Cunha Leite ,
Coordenação do Curso de Relações Internacionais - CCBSA."

1. Coreia do Sul. 2. Soft Power. 3. Indústria cultural. 4.
Diplomacia cultural. I. Título

21. ed. CDD 327.2

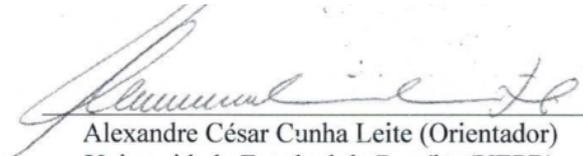
MARIANA JUSSARA MACHADO GADELHA DE SOUZA

REFORMAS EDUCACIONAIS E A ASCENSÃO INTERNACIONAL DA COREIA DO
SUL: A ONDA COREANA (HALLYU) COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Curso de Relações
Internacionais da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: 27/05/2021

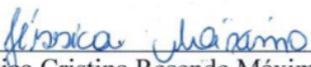
BANCA EXAMINADORA



Alexandre César Cunha Leite (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Fábio Rodrigo Ferreira Nobre
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Jéssica Cristina Resende Máximo
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Dedico aos meus pais, por todo apoio, e ao SHINee.

“Embora não possamos nos comunicar usando a mesma linguagem, usamos música.” - Kim Jonghyun.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	REFORMAS EDUCACIONAIS E CONTEXTO HISTÓRICO.....	11
3	SOFT POWER E DIPLOMACIA CULTURAL	15
4	A ONDA COREANA COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER	19
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
	REFERÊNCIAS	25

REFORMAS EDUCACIONAIS E A ASCENSÃO INTERNACIONAL DA COREIA DO SUL: A ONDA COREANA (HALLYU) COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER

EDUCATIONAL REFORMS AND THE INTERNATIONAL RISE OF SOUTH KOREA: THE KOREAN WAVE (HALLYU) AS A SOFT POWER INSTRUMENT

Mariana Jussara Machado Gadelha de Souza¹

RESUMO

A cultura é capaz de desenvolver uma forma de entreter que ultrapassa as fronteiras físicas. Dentre o vasto leque de desenvolvimento cultural de um país, encontra-se o setor da indústria musical que sempre esteve presente no cenário internacional, influenciando comportamentos, disseminando ideias, derivando em poder político e econômico. Na literatura de Relações Internacionais, há vários arcabouços analíticos que permitem compreender e analisar este fenômeno. Perspectivas construtivistas, teorias críticas de comunicação, mecanismos de geração de influência tal como o Soft Power podem ser utilizados para uma análise deste fenômeno.

O desenvolvimento do Soft Power na Coreia do Sul, ocorreu pela chamada Onda Coreana, termo utilizado para se referir ao crescimento fenomenal da cultura coreana. Portanto, pretende-se identificar como ocorreu o processo de reformas educacionais e investimentos na indústria cultural, assim como a utilização do Soft Power como mecanismo de inserção, ademais, a afirmação da música no cenário doméstico. O próximo passo é analisar como a Coreia do Sul tem realizado uma política pública e diplomacia cultural por meio da música, portanto, busca-se assim analisar as etapas que são desenvolvidas para estabelecer o K-pop e verificar como ocorre o processo de inserção da cultura sul coreana no cenário internacional.

Palavras Chave: Coreia do Sul; Soft Power; Indústria Cultural; Diplomacia Cultural

ABSTRACT

Culture is able to develop a way of entertaining that goes beyond physical boundaries. Among the wide range of cultural development in a country, there is the sector of the music industry that has always been present on the international scene, influencing behaviors, disseminating ideas, resulting in political and economic power. In the International Relations literature, there are several analytical frameworks that make it possible to understand and analyze this phenomenon. Constructivist perspectives, critical theories of communication, mechanisms for generating influence such as Soft Power can be used for an analysis of this phenomenon.

The development of Soft Power in South Korea came about through the so-called Korean Wave, a term used to refer to the phenomenal growth of Korean culture. Therefore, it is intended to identify how the process of educational reforms and investments in the cultural industry took place, as well as the use of Soft Power as an insertion mechanism, in addition, the affirmation of music in the domestic scenario. The next step is to analyze how South Korea has carried out public policy and cultural diplomacy through music, therefore, it seeks to analyze the steps that are developed to establish K-pop and see how the process of inserting South Korean culture on the international stage.

Keywords: South Korea; Soft Power; Cultural Industry; Cultural Diplomacy

¹ Graduanda do 8º período de Relações Internacionais na Universidade Estadual da Paraíba – mjmgsl603@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A cultura de um país é uma ferramenta social importante, capaz de gerar mudanças e adaptação no cenário internacional, e encontra-se em constante desenvolvimento. Nas últimas duas décadas, a Coreia do Sul tem investido na melhoria da sua economia através da utilização da cultura como meio de promoção do seu desenvolvimento econômico (Hwang, 2013, p. 14). A Coreia do Sul enxergou no Soft Power uma maneira de desenvolver e projetar seus interesses em âmbito internacional e, a partir deste entendimento, a utilização dessa ferramenta tem proporcionado ao país uma melhora significativa na economia via inserção internacional.

A Onda Coreana (Hallyu) difundiu-se, inicialmente, para a China e Japão, e em seguida, para o sudeste da Ásia. Atualmente passou a conquistar diversos países do mundo, continuando a ter um forte impacto econômico e cultural (Jang e Paik, 2012, p. 200). Um acontecimento importante para a Coreia desenvolver seu Soft Power, foi a suspensão em 2000, dos 50 anos da proibição de troca de cultura popular entre Coreia e Japão; tal acontecimento provocou uma expansão da cultura popular de ambos países. A Onda Coreana tem sido um evento positivo para a Coreia do Sul, tanto em seus negócios como para a divulgação de sua cultura e da imagem do país, e, desde 1999, tornou-se um dos maiores fenômenos culturais da Ásia (Jang e Paik, 2012, p. 201).

Lee (2011, p. 123) afirma que a Onda Coreana tem a capacidade de contribuir para o Soft Power da Coreia do Sul, proporcionando oportunidades para a manipulação das imagens da Coreia, estendendo um efeito de rede da cultura popular coreana e também produzindo heróis e celebridades com influência internacional.

A mídia na região asiática atribuiu as origens da Onda Coreana a alguns filmes e novelas de TV lançados em 1999 e isso permitiu que a Hallyu se tornasse um sucesso nos países do Sudeste Asiático (MartinRoll, 2016). Fontes da mídia regional foram rápidas o suficiente para pegar as pistas e anunciar coletivamente o nascimento da Onda Coreana. A "Onda Coreana" expandiu-se para a cultura tradicional coreana, comida, literatura e linguagem, criando cada vez mais entusiastas. A grande maioria das organizações relacionadas a Hallyu são fãs-clubes do K-Pop, mas também há várias comunidades de pessoas interessadas em dramas coreanos, comida, turismo e muito mais. Em dezembro de 2017, um total de 73,12 milhões de pessoas em 92 países se juntaram a essas organizações na Ásia, Oceania, Américas, Europa, África e Oriente Médio (Korean Culture Centre, 2018).

O efeito cumulativo de filmes, música, novelas e jogos tem sido positivo para a economia coreana e para a imagem do país na região. A Hallyu contribuiu com US\$ 11,6 bilhões para a economia coreana em 2014 (Woodier e Park, 2017, p. 70), assim como tem contribuído para o turismo coreano. Uma pesquisa de opinião realizada pela KTO (Korea Tourism Organization) em outubro de 2013 revelou que quase 60% dos turistas que visitaram a Coreia foram influenciados pelo Hallyu.

Portanto, a importância deste artigo está na busca pela compreensão da capacidade de um país se estruturar para crescer economicamente, levando-o a obter relevância internacional, utilizando de um fator que está presente em todos os países, a cultura, utilizando de ferramentas importantes nas relações internacionais, como o Soft Power e a Diplomacia Cultural. Portanto, ao longo do artigo, visa-se responder a seguinte pergunta: Como a Coreia do Sul se estrutura para se desenvolver internamente, elevando a sua capacidade de influência internacional?

Diante do exposto anteriormente, o objetivo geral do presente artigo é avaliar o processo de inserção internacional da Coreia do Sul, através de uma reforma educacional, tendo como instrumento o investimento na indústria da cultura nacional. Ademais, busca-se compreender como se deu o desenvolvimento doméstico na década de 90 via indústria cultural e como tal mecanismo impactou a inserção internacional do país. Portanto, define-se os seguintes objetivos específicos:

- Analisar como a Coreia do Sul estruturou-se para promover o desenvolvimento interno da cultura nacional;
- Avaliar se o desenvolvimento e internacionalização da indústria cultural, via componente musical, foram parte de um planejamento estatal atrelado a uma reforma educacional;
- Identificar a utilização do K-pop como ferramenta de Soft Power para melhoria da economia do país, assim como o K-pop como um elemento político e econômico relevante para a Coreia do Sul, dentro de uma perspectiva de desenvolvimento econômico e inserção internacional.

A metodologia da pesquisa apresentada fundamenta-se no estudo bibliográfico e exploratório sobre o desenvolvimento econômico e cultural da Coreia do Sul, via componente musical, e sobre as consequências internas e externas da ascensão do Soft Power no país. Sendo assim, torna-se necessário um levantamento bibliográfico sobre o processo de reforma educacional no âmbito doméstico, visando analisar quais as políticas criadas para incentivar

investimentos. A pouca disponibilidade de literatura em português e na área de Relações Internacionais, sobre as políticas públicas de Estado implementadas pela Coreia do Sul² para disseminar a Onda Coreana internamente bem como suas ações para elevar sua presença internacionalmente, tornam o caráter desta pesquisa como exploratória. Serão analisados dados econômicos sobre a participação do capital público e privado sul coreano para o crescimento da Onda Coreana, assim como uma análise de uma possível reforma educacional atrelada a um fenômeno cultural e como esse novo padrão de investimento movimentou o mercado internacional. Além disso, será necessária uma leitura sobre a teoria do Soft power do Joseph Nye, relacionando-a com o papel que a música exerce para os países. Complementarmente, aprofundar-se nas perspectivas de interdependência e mobilidade do capital faz-se necessário. Portanto, esse estudo é bibliográfico, documental, exploratório, de instrumental qualitativo, sustentando-se na análise de dados e no levantamento de fontes que ajudarão para a estruturação da pesquisa aqui proposta.

O presente artigo se divide em três seções, além desta introdução e das considerações finais. A primeira seção se refere à Reformas Educacionais e Contexto, onde será apresentado o desenvolvimento e planejamento estratégico para o crescimento econômico da Coreia do Sul. A segunda seção aborda o Soft Power e Diplomacia Cultural, onde busca-se explicar o conceito de ambos os termos e a forma que a Coreia do Sul se beneficia economicamente de ambos. Por fim, temos a terceira seção que se refere à Onda Coreana Como Instrumento de Soft Power, sendo aqui o principal foco da pesquisa, visando compreender o melhoramento econômico e estratégico da Coreia do Sul, por meio de uma Diplomacia Cultural que foi denominada de Onda Coreana, para se referir à crescente popularização da cultura sul coreana ao redor do mundo. Ademais, temos as considerações finais, onde se conclui o trabalho, visando compreender melhor o objeto de estudo.

2. REFORMAS EDUCACIONAIS E CONTEXTO HISTÓRICO

O rápido crescimento econômico da Coreia do Sul desde a década de 1960 foi rotulado de “O Milagre do Rio Han” (Isozaki, 2018). Compreender o papel da educação no processo de crescimento econômico de um país deve ir além de estimar o peso relativo da educação na estrutura de renda. A contabilidade do crescimento trata o capital humano variável (o principal componente do qual é a educação, que é medido principalmente pela média de anos

² Tal vácuo de literatura está presente nas Relações Internacionais, visto que em outras áreas, como a economia, há uma vasta literatura a respeito das Políticas Públicas sul coreanas.

de educação dos adultos) como uma entrada relativamente pequena para explicar o crescimento (Lee, 1996).

Portanto, o propósito desse tópico é compreender como ocorreram as chamadas Reformas Educacionais na Coreia do Sul e sua importância para o crescimento econômico do país, visando analisar a sua ligação com a chamada diplomacia cultural e o Soft Power do país, estando dessa forma, relacionado ao contexto histórico da época em que o país passou por essas reformas.

As políticas capazes de elevar o crescimento econômico de um país baseiam-se em três fontes: o capital físico, o capital humano e a tecnologia (Moura, Xavier e Silva, 2011). A Coreia do Sul é um exemplo de país que utiliza das três fontes para desempenhar um crescimento econômico contínuo. Segundo Pereira (2003), os países se diferenciam de acordo com fatores que tangem o capital físico utilizado em suas economias, desenvolvimento de um capital humano, qualificação da mão de obra e escolaridade, que propicie uma melhor possibilidade de inserção no mercado mundial.

O investimento em educação é um dos principais meios de desenvolvimento econômico de um país e a Coreia é um dos principais países no quesito de apoio a população em questões educacionais (Kim, 2002). A infraestrutura social da Coreia do Sul, o que inclui instalações escolares, foi devastada pela Guerra da Coreia (1950-1953), e o PIB do país era de apenas US\$ 79, porém, isso mudou em 2000, quando o país passou a ocupar o décimo lugar com o PIB atingindo a marca de US\$ 457,4 bilhões (Kim, 2002).

De acordo com Lim (2018), uma das características comuns de três países no desenvolvimento da educação e da economia era que lideranças fortes podiam impulsionar projetos para melhorar e aprimorar a educação, a economia, a cultura e a sociedade em níveis mais elevados. Coreia do Sul, China e Cingapura foram estabelecidas e baseadas na sociedade agrícola do passado, experimentaram uma filosofia espiritual comum, como o "confucionismo", que levou as pessoas a considerar a educação como uma forma de melhorar a si mesmas e à sua sociedade, e eles tinham uma situação comum para superar e implementar.

Nos países supracitados haviam lideranças fortes, o presidente Park Chung Hee na Coreia do Sul, o presidente Deng Xiaoping na China e o primeiro-ministro Lee, Kuan Yew em Cingapura. Quando foram inaugurados como líderes de seu país, eles impulsionaram a inovação para mudar maneiras, regulamentos e políticas desatualizados. Por exemplo, em 1962, o governo de Park Chung Hee (1961-1979), preparou a estrutura do sistema educacional da Coreia, incluindo seus exames de admissão nacionais (Isozaki, 2018).

Além disso, o governo introduziu uma série de planos de desenvolvimentos que durariam 5 anos e à medida que a economia se tornou mais industrializada no final dos anos 1960, foi necessário aumentar a oferta de mão-de-obra qualificada em geral. Nesse momento, a ligação entre os planos educacionais e econômicos se tornaram mais importantes e se desenvolveu melhor durante o terceiro plano de cinco anos (1972-1976), que enfatizava o desenvolvimento de indústrias pesadas. O quarto plano de desenvolvimento (1977-1981) passou a incluir a educação, a saúde pública e a habitação como uma importante agenda de política nacional (Isozaki, 2018).

O quinto plano econômico (1982-1986) enfatizava o desenvolvimento harmonioso entre a economia e a sociedade. Após o quinto plano, governo coreano deixou de iniciar planos macroeconômicos de longo prazo e o setor da educação sofreu uma mudança de foco da expansão e uma ênfase quantitativa na oferta de mão de obra para a qualidade, relevância e excelência da educação oferecida (Kim, 2002). O principal objetivo da reforma educacional de 1980 era amenizar os males sociais associados à forte competição para o ingresso na faculdade e dessa forma, a reforma educacional visava fortemente diminuir as aulas particulares, visto que isto implicava em um encargo financeiro maior para os pais de alunos (Kim, 2002). Dos anos 1990 até hoje, a economia se tornou mais diversificada e mudou rapidamente, tornando possível notar que a sociedade se tornou mais democratizada e houve um aumento do setor civil.

A declaração de 29 de junho de 1987 desencadeou mudanças em direção ao governo democrático no sistema político da Coreia, isso inclui um declínio gradual no controle do governo sobre o setor privado. A economia coreana seguiu com seu crescimento e seu PIB per capita ultrapassou US\$ 10.000 em 1995, porém, a crise asiática de 1997 devastou a Coreia, forçando o país a recorrer ao Fundo Monetário Internacional (FMI). Após passar por ajustes estruturais econômicos sob o apoio do FMI, sua economia tornou-se mais integrada à economia coreana global. O PIB excedeu as referências de \$ 20.000 e \$ 25.000 em 2013 (Isozaki, 2018).

A Coreia teve sucesso em alcançar um rápido crescimento econômico e baixa desigualdade social como um estado desenvolvimentista (Isozaki, 2018). Diferente de outros países, o ensino superior na Coreia possui características específicas, tendo em vista que a maioria das instituições de ensino superior na Coreia são privadas. No entanto, o Ministério da Educação coreano tem controle direto sobre os setores de ensino superior público e privado (Kim, Terri 2008, p 558).

O sistema educacional da Coreia tem uma longa história de administração centralizada e no topo está o Ministério da Educação, que exerce controle sobre todos os aspectos da educação (Lee, 2001, p.22). A evolução do sistema educacional da Coreia do Sul, ocorreu por meio de dois fatores de extrema importância, o ideal igualitário, visto que o governo se empenhou em garantir oportunidades iguais para todos, e o zelo pela educação, pois a sociedade coreana tradicionalmente a valoriza muito. Tal zelo, foi reforçado pelo colonialismo japonês e a Guerra da Coreia (1950-1953), que convenceram os coreanos a investir mais fortemente nas pessoas do que no capital físico (Kim, 2002).

Além do investimento na educação, o governo de Park Chung Hee (1961-1979) priorizou o crescimento econômico e lançou uma política cultural. Em particular, no ano de 1973, o governo publicou o primeiro plano para o desenvolvimento cultural, que foi o mais abrangente para a política cultural da Coreia e um dos principais objetivos desse plano era estabelecer uma nova identidade cultural, destacando uma tradição cultural específica (Ministério da Cultura e Informação, 1973).

Antecedendo o governo de Park Chung Hee, tem-se o período de Chun Doo Hwan (1980-1988), que vem a ser rotulado como um período de grande crescimento no papel do Estado no fornecimento de apoio às artes na Coreia. Assim como no governo de Park, houve uma grande ênfase na cultura nacional, entretanto, diferente do governo de Park, o investimento do governo de Chun, no que se refere à cultura, foi além do patrimônio cultural e das artes tradicionais, em vez disso, estendeu-se às artes contemporâneas e à vida cotidiana das pessoas. O governo Chun emitiu dois planos abrangentes de política cultural: o "Novo Plano de Desenvolvimento Cultural" (1981) e o "Plano Cultural do Sexto Plano Quinquenal de Desenvolvimento Econômico e Social" (1986). De acordo com esses planos (Ministério da Cultura e Informação, 1981; 1986), os principais objetivos da política cultural podem ser expressos como: estabelecer a identidade cultural, promover a excelência artística, melhorar o bem-estar cultural, promover a cultura regional e expandir o âmbito cultural com outros países.

Os planos de desenvolvimento e investimento na cultura do país, forneceram o roteiro e traçaram o curso de ação para o desenvolvimento subsequente da Coreia. Com base nesses planos, a Coreia se transformou em um país industrializado. A nação evoluiu de uma situação atrasada para uma das maiores economias do mundo. O que a Coreia do Sul conquistou nos últimos 50 anos após as reformas implementadas no país, se refletiu devidamente no Soft Power da Coreia (Choe, 2012), o que nos leva ao próximo tópico que tem por objetivo, abordar o Soft Power e como a Coreia do Sul utiliza tal ferramenta para se desenvolver.

3. SOFT POWER E DIPLOMACIA CULTURAL

Anteriormente, tratou-se das reformas educacionais que levaram ao investimento na indústria cultural, portanto, o intuito do presente tópico é compreender o desenvolvimento do Soft Power e Diplomacia Cultural da Coreia e a sua importância para o desenvolvimento econômico do país.

Soft Power é um termo cunhado em 1990 pelo cientista político Joseph Nye, da Universidade de Harvard. Refere-se ao poder intangível que um país exerce através de sua imagem, sem utilização de força bruta (Nye, 2004, p.5). O Soft Power de um país repousa em seus recursos de cultura, valores e políticas, e além disso, a própria capacidade de criar agenda é Soft Power, assim como a capacidade de influenciar decisões e de compor espaços de diálogo e fóruns.

“O que é soft power? É a capacidade de obter o que deseja por meio da atração, em vez de coerção ou pagamentos. Surge da atratividade da cultura, dos ideais políticos e das políticas de um país. Quando nossas políticas são vistas como legítimas aos olhos dos outros, nosso soft power é aprimorado. [...] A sedução é sempre mais eficaz do que a coerção, e muitos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores. [...] Mas a atração pode se transformar em repulsa se agirmos de maneira arrogante e destruirmos a mensagem real de nossos valores mais profundos.” (Nye, 2004, prefácio).

Em estudos de caso sobre busca de poder que abrangem a história e áreas problemáticas, Gallarotti (2010a, 2010b) demonstra que o Soft Power poderia ter aumentado significativamente a influência de nações cujos líderes eram predominantemente influenciados pelo fascínio do hard power (ou seja, vítimas de uma ilusão de hard power). Gallarotti desenvolveu sistematicamente a ideia da maldição do poder e a ilusão do poder.

Segundo Baldwin (2016), as relações diplomáticas são caracterizadas por poder e influência relacional. Baldwin (2016), escreveu sobre a discussão de Nye sobre o Soft Power, abordando que tal discussão estimulou e esclareceu os pensamentos de formuladores de políticas e acadêmicos, até mesmo aqueles que entenderam mal ou discordaram de suas opiniões. Talvez seja tudo o que se pode esperar. Nas relações internacionais, o poder relacional é definido como "a capacidade de um ator (indivíduo, grupo ou estado) de fazer com que outro ator faça algo que de outra forma não faria" (Azmanova, 2018, p. 69).

Para Mearsheimer (2001), “o poder é baseado nas capacidades materiais particulares que um estado possui, tais capacidades se tornam de maneira essencial, “ativos tangíveis” que servem para determinar a força militar que uma nação possui. O Soft Power por sua vez, representa uma forma de meta-poder que descreve situações em que as próprias relações de

poder estão inseridas, e passam a influenciar os resultados finais que derivam das interações entre os atores, sendo assim, refere-se às formações de relações sociais, estruturas sociais e situações (Hall, 1997, p. 405).

Ainda em seu livro, ‘Soft Power: The Means to Success in World Politics’, Nye (2004, p. 5) argumenta que, um país pode obter os resultados que deseja na política mundial porque outros países - admirando valores, imitando seu exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e abertura - deseja segui-lo. Além disso, Nye (2004, p. 99) afirma que o soft power é mais difícil de manejar, visto que muitos de seus recursos cruciais estão fora do controle dos governos e seus efeitos dependem muito da aceitação do público receptor. Portanto, os recursos de soft power muitas vezes funcionam indiretamente, moldando o ambiente para a política e, às vezes, levam anos para produzir o resultado desejado.

Para Nye (2004, p.1), “Conquistar corações e mentes sempre foi importante, mas é ainda mais importante na era da informação global”. Em uma entrevista para a Spiegel, uma revista alemã de notícias semanais, Nye (2009) discutiu a respeito das fontes do Soft Power, apontando que vem de três fontes principais: uma é a cultura de um país, a segunda fonte vem dos valores políticos que podem ser muito atrativos para outros países, da democracia à liberdade de expressão e oportunidade. E a terceira é a legitimidade da política externa de um país -o que significa que se sua política externa for considerada legítima por outros países, você se torna mais persuasivo. O oposto, uma política externa que é vista como ilegítima, como no caso de George W. Bush, destrói o poder dos valores e da cultura.

Segundo a argumentação do Soft Power (Nye, 2004, p.5), um recurso frequentemente utilizado é a Diplomacia Cultural, como uma forma de diplomacia pública; sendo assim, é uma forma de um país divulgar seus aspectos culturais com o objetivo de aproximar-se de outros países e influenciá-los, nesse contexto, a cultura é utilizada para que ocorram as relações internacionais.

“Embora seja difícil definir cultura fora dos grandes parâmetros antropológicos, é possível delinear o plano mais restrito e objetivo da diplomacia cultural, cujos temas podem ser mais definidos — e geralmente se fazem presentes em todos os países com tradução em difusão cultural no exterior. Nesse contexto, o universo da diplomacia cultural poderia abranger os seguintes temas ou ideais, entre outros: a) intercâmbio de pessoas; b) promoção da arte e dos artistas; c) ensino de língua, como veículo de valores; d) distribuição integrada de material de divulgação; e) apoio a projetos de cooperação intelectual; f) apoio a projetos de cooperação técnica; g) integração e mutualidade na programação.” (Ribeiro, 2011, p. 31).

Para Nicholas Cull (2009, p. 14), a diplomacia cultural pode ser parte de uma nova diplomacia pública, pois, intercâmbio cultural e educativo não tem somente o governo como emissor, mas também diferentes atores das Relações Internacionais, que não eram levados em

conta pelas teorias tradicionais e que utilizam tecnologia e novos meios de comunicação para expandir sua mensagem. Nye (2011, p. 148), analisou o paradoxo de utilizar a diplomacia pública como uma forma de gerar o soft power em uma era de informação, sendo uma descentralização e controle diminuído, fundamentais para a criação desse poder.

O desenvolvimento do Soft Power na Coreia do Sul, ocorreu pela internacionalização da indústria cultural, que está diretamente ligada à chamada Onda Coreana, ou Hallyu, termo utilizado para se referir ao crescimento fenomenal da cultura coreana e cultura popular, sendo a Onda Coreana, um fator de importância para a construção da imagem do país. O desenvolvimento econômico da Coreia do Sul, ocorreu de forma crescente entre as décadas de 60 e 90, a expansão cultural do país iniciou como uma política de Estado em 1971 com a criação do Serviço de Informação Cultural da Coreia (KOCIS), com a presidência do ditador Park Chung Hee.

O Serviço de Informação Cultural da Coreia existe até os dias atuais e segue com o mesmo objetivo de formular planos básicos para promover a cultura coreana no exterior, estabelecimento de redes de organizações governamentais e não-governamentais para cooperação na promoção da cultura coreana no exterior e a execução de tarefas administrativas relacionadas a assuntos gerais, preparação para a auditoria e inspeção da Assembleia Nacional, elaboração do orçamento e liquidação de contas (KOCIS).

O governo sul-coreano é muito franco sobre os objetivos da política de projeção cultural patrocinada pelo estado. Além disso, desde 2001, a indústria cultural tem desempenhado um papel cada vez mais importante no plano econômico nacional, quando a Administração de Cultura e Conteúdo da Coreia (KOCCA) foi criada para monitorar e apoiar seu desenvolvimento (Cheng, 2008). A administração Roh Moo-hyun (2003-2008) teve como objetivo impulsionar a Coreia para o liga das cinco principais nações da indústria cultural do mundo, embora também reconheça o papel da cultura (popular e tradicional) como uma ferramenta para o "soft power com o qual para atualizar a imagem da Coréia internacionalmente."

Em 2009, a criação do Presidential Council on Branding Nation (PCNB), torna evidente o quão seriamente a Coreia leva a necessidade de construir seu soft power cultural. De acordo com o site do PCNB, tem-se o objetivo de expandir o papel da Coreia como membro da sociedade internacional para garantir sua responsabilidade, promover uma imagem da Coreia como uma nação economicamente avançada e aumentar a consciência dos

valores culturais da nação, reforçar o entendimento mútuo entre a Coreia e a sociedade global com base na crescente popularidade e reputação da Coreia desde o sucesso da Cúpula do G20 em Seul, e por fim, induzir a participação ativa dos cidadãos e estimular a auto-estima nacional.

O conceito de “branding” tem origem no mundo dos negócios, mas foi ampliado a nível nacional para incluir aspectos que ajudam a moldar a reputação de um país. Assim como os consumidores selecionam produtos com base na marca, os países avaliam uns aos outros com base na impressão de sua exposição às pessoas, produtos e qualidade de serviço de uma nação.

Nye (2009), pontuou que a Coreia do Sul deixou de ser definida por seu problemático vizinho norte-coreano e está se tornando uma importante potência intermediária nos assuntos globais. Além disso, mencionou a atratividade da cultura sul-coreana. Afirmando que as tradições da arte, artesanato e culinária coreana já se espalharam pelo mundo. A cultura popular coreana também cruzou fronteiras, especialmente entre os jovens nos países asiáticos vizinhos, enquanto o sucesso impressionante da diáspora coreana nos Estados Unidos aumentou ainda mais a atratividade da cultura e do país de onde vieram. De fato, o final da década de 1990 viu o surgimento de "Hallyu", ou "onda coreana" - a crescente popularidade de todas as coisas coreanas, da moda e cinema à música e culinária (Nye, 2009).

Nye (2009) discutiu sobre a situação da Coreia do Sul, afirmando que o país tem um potencial impressionante de soft power, ainda mencionando que às vezes, os coreanos comparam seu país de 50 milhões com um vizinho como a China ou uma superpotência como os EUA e acreditam que não podem competir com esses gigantes, mas que isso pode ser verdade no domínio do poder militar pesado, mas não é verdade no caso dos recursos de Soft Power. Em suma, Nye volta a mencionar que a Coreia do Sul tem os recursos para produzir soft power, e seu soft power não está prisioneiro das limitações geográficas que restringiram seu hard power ao longo de sua história. Como resultado, a Coreia do Sul está começando a desenhar uma política externa que lhe permitirá desempenhar um papel mais amplo nas instituições e redes internacionais que serão essenciais para a governança global.

No tópico a seguir, será possível compreender melhor essa questão referente ao crescimento e popularização da cultura sul coreana ao redor do mundo, de forma que será tratado mais diretamente a questão do soft power da Coreia do Sul, através da chamada Onda

Coreana, visto que os objetivos de promover a cultura coreana no exterior se torna cada vez mais frequente e estratégico.

4. A ONDA COREANA COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER

Com o desenvolvimento do Soft Power da Coreia Sul, após o país passar a dar importância ao investimento na cultura, surgiu a chamada Onda Coreana e consequentemente, o surgimento do K-pop como um aspecto dessa ferramenta de propagação da cultura sul coreana pelo mundo. Portanto, este tópico tem o intuito de compreender e explicar o surgimento da Onda Coreana, assim como, compreender como o país tem se estruturado para se desenvolver através de um fenômeno que tem se propagado globalmente, o K-pop.

Hallyu ou Onda Coreana, é um termo usado pela mídia chinesa desde 1999, dada a surpresa chinesa diante da crescente popularidade da cultura sul-coreana na China. O mesmo termo (Hallyu) é utilizado para definir como o fenômeno da cultura pop coreana está se espalhando para o exterior e ganhando popularidade no mercado global (Lee, 2011; Jang et al., 2016).

“O boom começou com a exportação de dramas (minisséries) da televisão coreana para a China no final dos anos 1990. Desde então, a Coreia do Sul emergiu como um novo centro de produção de cultura pop transnacional, exportando uma gama de produtos culturais para os países asiáticos vizinhos. Mais recentemente, a cultura pop coreana começou a se espalhar de sua zona de conforto na Ásia para públicos mais globais no Oriente Médio, África, Europa e Américas” (The Korean Wave, 2011: p. 11).

Como mencionado anteriormente, o país tem se estruturado para melhorar a sua imagem internacionalmente, isso cabe falar a respeito do período entre as décadas de 60 e 90 em que o governo reforçou a intenção dar início ao melhoramento da imagem, como ocorreu o “projeto governamental de levantar a candidatura de Seul a sede dos Jogos Olímpicos de 1988”, durante a presidência de Park Chung Hee. Park associou o plano a dois objetivos: mostrar ao mundo o crescimento econômico e o poder nacional da Coreia do Sul, e criar condições para estabelecer as relações diplomáticas com países comunistas e não-aliados (Oberdorfer, 1997).

Este objetivo foi atingido em setembro de 1981, ano em que a Coreia do Sul foi escolhida para sediar as Olimpíadas de 1988, isso reforçou a imagem nacional e deu oportunidade a novas parcerias internacionais (JANG; PAIK, 2012).

Ao mesmo tempo em que se tem obtido resultados positivos quanto à imagem nacional, segundo Jang e Park (2012, p. 196), o governo coreano busca tirar vantagem da Onda Coreana como uma ferramenta política para melhorar sua diplomacia cultural e pública.

Sob a presidência de Lee, o governo coreano colocou "diplomacia complexa" e "diplomacia de valor" como principais objetivos da política para melhorar a diplomacia cultural e pública, juntamente com o aprimoramento da imagem nacional e da marca nacional. Em particular, o Ministério de Relações Exteriores e Comércio e o Conselho Presidencial de Marca da Nação têm buscado aproveitar a popularidade do Korean Wave para promover o interesse nacional coreano e aprimorar as imagens coreanas no mundo” (JANG; PAIK, 2012).

A Onda Coreana teve início em 1990 com a popularização de dramas de TV. Pela primeira vez, “Winter Sonata” se tornou popular no Japão e se espalhou pela China, Taiwan e Hong Kong. Na década de 2000, a Onda Coreana se espalhou pelo mundo através da Internet e mídias sociais. O drama da TV foi o primeiro aspecto da Onda Coreana, seguido por grupos de jovens ídolos (K-pop), filmes e vários elementos culturais (JANG; PAIK, 2012).

A propagação da cultura sul coreana se torna cada vez mais evidente à medida que o país passa a ganhar mais popularidade com diversos aspectos culturais, isso inclui o aumento de visitantes estrangeiros, que movimentam a economia do país através do turismo, conforme o interesse pela cultura aumenta, outros aspectos da cultura sul coreana passam a ganhar notoriedade, como programas de TV, dramas, filmes, a indústria de cosméticos e também, a culinária. Por exemplo, o número de turistas japoneses que visitaram a Coreia em 2004, após a transmissão do drama coreano “Winter Sonata” no Japão, aumentou 35,5%, em comparação com 2003. De acordo com a pesquisa da Organização de Turismo da Coreia (KTO) em 2004, 47% dos entrevistados responderam que haviam visitado a Coreia devido à influência do drama coreano. (Bae, et all 2017). Isso é chamado de Turismo de Hallyu, ocorre quando pessoas visitam o país para conhecerem as atrações turísticas de Hallyu, devido à influência da Onda Coreana. Além disso, existe o consenso de que estrangeiros visitam o país mas não necessariamente para atividades turísticas voltadas diretamente à Hallyu, mas sua razão direta para visitar a Coreia é o interesse na Hallyu.

Atualmente, a nova Onda Coreana é majoritariamente liderada por grupos de K-pop e o rápido crescimento de redes sociais, como Youtube e Twitter, facilitaram a expansão da Onda Coreana para além da Ásia. Os precursores do K-pop começaram a surgir em meados dos anos 90, com o advento de uma nova geração de jovens cantores, entre elas, as celebridades dos anos 80, Park Nam-Jung, Kim Wan-Sun e a primeira *boy band* coreana, Sobangcha. O termo k-pop surgiu a partir dos anos 90, para se referir à música pop que estava

sendo produzida na Coreia do Sul. Para entender melhor como a Onda Coreana passou a conquistar seu espaço no exterior, é necessário mencionar o controle da cultura que foi imposto pelo ditador Park Chung Hee, que governou na Coreia entre 1961 e 1979, tal controle permaneceu mesmo após seu assassinato em 1979 (Sintionean, 2013. p, 254-255). Havia uma dificuldade de expandir a cultura na Coreia devido ao fato dos programas de TV serem controlados pelo governo e até então, apenas canções de cunho patriotas eram permitidas, como "Ah! Republic of Korea" de 1984, interpretada por Chung Soo Ra, ou então canções com baladas românticas, como "You're Too Far To Get Close To" de 1987, canção de Lee Gwang Jo.

“Uma dessas ferramentas de controle era o Office of Cultural Properties, uma instituição responsável por todos os processos relacionados à gestão do patrimônio, desde a seleção, investigação e designação até a proteção, restauração, conservação e promoção do patrimônio. O OCP foi fundado em 2 de outubro de 1961 como uma agência dentro do Ministério da Educação (a partir de 1968 sob a supervisão do Ministério da Cultura e Informação). A missão do escritório era abranger todos os aspectos e ações relacionados ao patrimônio nacional, exercendo um controle monopolista sobre ele. O poder do OCP foi potencializado pelo facto de não ser apenas a autoridade responsável pela conceção das estratégias de gestão e promoção, mas também o gestor do orçamento e o promulgador da legislação no domínio da gestão do patrimônio. O OCP representava um grupo dominante que tinha autoridade para definir a cultura nacional, tradição ou a natureza de todas as coisas "coreanas". Ao fazer isso, favoreceu "o monumental, o grande, raro ou esteticamente impressionante", negligenciando o comum e o lugar-comum (Smith 2006: 49) ao selecionar os símbolos de identidade nacional” (Sintionean, 2013. p, 255).

Apenas em 1992 o país passou por mudanças na indústria musical e as pessoas perceberam que o mundo kayo (ou kayokei) mudaria permanentemente devido à hegemonia da dance music, com a estréia do grupo Seo Taiji & Boys, que introduziram corajosamente vários novos gêneros, incluindo hip hop, música eletrônica e reggae, que antes eram desconhecidos pelo público coreano. Não é por acaso que o povo coreano rotulou Seo Taiji & Boys como "presidentes da cultura popular" (Lee e Sohn, 2013).

No entanto, não foi Seo Taiji & Boys, mas Soo Man Lee, o fundador da SM Entertainment e criador do conceito de idol (nome dado aos artistas sul-coreanos), que percebeu o enorme potencial da música pop coreana, que mais tarde ele chamou de K-pop, no Japão e em outras partes da Ásia (Korea Economic Daily, 2011). Portanto, ao perceber a demanda juvenil, Lee Soo Man, que já havia tentado investir na indústria musical, viu uma oportunidade de lançar um artista e dessa forma, Hyun Jin-young foi lançado na indústria, porém, devido ao fim do sucesso por polêmicas, Lee Soo Man notou a necessidade de rever suas táticas e para isso, era necessário idol perfeito, tudo deveria ser perfeitamente construído.

Foi nesse momento que surgiu a S.M. Entertainment, empresa responsável por moldar os ídols e administrar milimetricamente tudo aquilo que eles representam (Salmon, 2013).

Nessa nova fase da indústria musical coreana, para entrar no ramo, o jovem passa por audições de canto, dança e atuação, caso seja aceito como trainee, ele passa a morar em dormitórios da própria empresa, e começa um longo e regrado calendário de treinos, com horários definidos para cada atividade (dança, voz, atuação, exercícios físicos), dieta balanceada e pouquíssimos dias de folga por mês. o treinamento dura pelo menos seis meses, sem limite máximo (MENEZES, 2020). Com a fórmula para o ídol perfeito já desenvolvida, a S.M. Entertainment lançou o seu primeiro grupo de sucesso, o H.O.T. (1996-2001), sucesso da S.M. Entertainment desencadeou uma revolução na indústria da música pop coreana, e a YG Entertainment e a JYP Entertainment se juntaram ao movimento desde meados dos anos 90 (Jang, 2012).

Além de ser um reflexo das empresas sul-coreanas em buscar exportação, a indústria musical sul-coreana enfrentou uma série de dificuldades no final dos anos 90. Um ano após o sucesso do grupo H.O.T, a Ásia foi devastada por uma crise econômica em 1997 e a Coreia do Sul entrou em colapso econômico, o PIB do país caiu drasticamente em 38% em apenas dois anos. Isso quebrou as grandes empresas e o governo foi obrigado a pedir um empréstimo de US\$ 57 bilhões ao FMI (Fundo Monetário Internacional, 1965), sendo este um dos maiores empréstimos feitos na história do FMI. Um ano depois, em 1998, o PIB sul-coreano, caiu 6,7%, num claro indicativo das proporções que a crise havia atingido. A recuperação começou a partir de 1999, primeiro ano do governo do presidente Kim Dae-Jung, que assumiu com uma cartilha do Fundo Monetário Internacional a ser cumprida (Simões, 2002).

Os gerentes de K-pop e os formuladores de políticas governamentais têm diferenças óbvias de opinião sobre o que é Hallyu e quem deve ser apoiado financeiramente pela política, por esse motivo, a indústria do k-pop critica o orçamento oferecido à Hallyu e tais opiniões diversas, estão ligadas a grupos de formulação de políticas dentro do governo, bem como do conjunto de empresas vinculadas à indústria do K-pop (Sohn, 2011).

A onda da cultura pop coreana começou a atrair o interesse da imprensa estrangeira e isso deu ao país uma oportunidade de destaque em suas fronteiras culturais. Em dezembro de 2010, a CNN informou que a República da Coreia se tornou a "Hollywood do Oriente" na última década, deslumbrando milhões de fãs da "Hallyu" que vivem em toda a Ásia e ao redor do mundo. Em julho de 2011, a BBC apresentou cobertura da Onda Coreana, referindo-se a ela como uma marca nacional que gradualmente se junta às fileiras de corporações globais coreanas como Samsung e Hyundai (UNCTAD, 2017, pg. 26).

A onda coreana tem vários efeitos econômicos. Em 2014, a exportação de conteúdo da indústria da música aumentou 21,0% em relação ao ano anterior, e a taxa média de aumento anual do K-POP foi de 41,7%. Além disso, as exportações totais de conteúdo totalizaram US \$ 5273,32 milhões, com um aumento médio anual de 13,4% de 2010 a 2014 (Chae, 2014).

Além disso, algumas conquistas do país, têm sido proporcionadas devido ao bom uso do soft power e da propagação da cultura. Como o filme *Parasite* (2019) da Coreia do Sul que em 10 de fevereiro de 2020 se tornou o primeiro filme de idioma não inglês a ganhar o prêmio de melhor filme no Oscar, marcando um grande avanço da indústria cultural para o país do leste asiático. O sucesso do filme reflete não apenas uma expansão global significativa das indústrias culturais nascentes do país, mas também uma oportunidade de marca nacional estratégica para aprimorar o soft power e a diplomacia cultural da Coreia do Sul (Lee, 2021).

Além disso, tem-se como exemplo, a representatividade de um grupo de K-pop, o BTS, em uma campanha da UNICEF. Em novembro de 2017, o Comitê Coreano da UNICEF anunciou uma parceria com um grupo de K-pop, o BTS. A campanha foi denominada *Love Myself* e teve o intuito de realizar campanhas contra a violência contra crianças e adolescentes em todo o mundo, com a esperança de tornar o mundo um lugar melhor através da música. Além disso, baseado na campanha *Love Yourself*, o líder do grupo BTS, Kim Namjoon, discursou na Assembleia Geral da ONU, em 24 de novembro de 2018, frete a líderes mundiais³.

Certos momentos de interação entre a Coreia do Sul e outros países, foram proporcionados justamente pela Hallyu, aqui se referindo mais especificamente ao K-pop. No ano de 2017, o ex-Presidente dos EUA, Barack Obama, mencionou o grupo de K-pop SHINee, na 8ª Asian Leadership Conference. Em seu discurso, Obama mencionou suas comidas coreanas favoritas e elogiou a influência positiva do SHINee na vida dos jovens americanos e que tais jovens estavam aprendendo coreano para entender o SHINee⁴.

Acontecimentos como a visita de um grupo de K-pop à Pyongyang, Coreia do Norte, no ano de 2018, também é um momento importante no que se refere a relações internacionais. Tal acontecimento, marcou o estreitamento dos laços entre as Coreias, após anos de atrito devido ao Programa Nuclear da Coreia do Norte. Essa foi a primeira vez, após anos, que um

³ Love Myself, acesso em <https://www.love-myself.org/eng/home/>

⁴ Former US President Barack Obama Mentions SHINee In Speech, Highlighting US-Korean Relations, julho de 2017, visualizado em <https://www.hellokpop.com/news/former-president-barack-obama-mentions-shinee/>

líder norte coreano permitiu que houvesse uma apresentação sul coreana em seu território, tais atividades haviam parado em 2005⁵.

Portanto, a Onda Coreana pode e tem sido utilizada como um recurso cultural que promove a diplomacia cultural. A Onda Coreana oferece uma oportunidade significativa para o governo coreano aproveitar as vantagens da diplomacia cultural e pública emergente para promover as vantagens culturais coreanas no mundo globalizado. Assim, Lee (2009: p. 123) afirma positivamente que “... a onda coreana pode contribuir para seu soft power, proporcionando oportunidades para a manipulação das imagens coreanas, estendendo um efeito de rede da cultura popular coreana, e também produzindo heróis influentes internacionalmente e celebridades”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste estudo observou-se que a Coreia do Sul tem se estruturado para se desenvolver internamente, de forma que passa a elevar a sua capacidade de influência internacional, e com isso, o país passou a obter maior relevância no âmbito econômico, passando a abrir portas e facilitar as relações entre a Coreia do Sul e outros países, fortalecendo os laços diplomáticos via cultura.

Diante disso, este artigo buscou avaliar o processo de inserção internacional da Coreia do Sul, por meio de uma reforma educacional que ao longo dos anos veio a ter importância no investimento na indústria cultural nacional, visto que com as reformas, o país passou a reconhecer a importância do sentimento de nacionalismo. Tal sentimento, foi elevado durante o governo de Park Chung Hee e isso incentivou a população a apreciar a cultura tradicional que veio a se desenvolver nos anos seguintes, portanto, isso passou a ter relevância na questão do desenvolvimento e internacionalização da indústria cultural do país no qual veio a se desenvolver com a utilização da ferramenta de Soft Power, sendo esta, denominada de Onda Coreana.

A Onda Coreana elevou a capacidade da Coreia do Sul a se desenvolver em uma perspectiva de inserção internacional, visto que, fica claro a maneira que o país tem estreitado

⁵ Red Velvet Perform for North Korean Leader Kim Jong-Un in Rare Pyongyang Concert, visualizado em <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8280163/red-velvet-perform-north-korean-leader-kim-jong-un-pyongyang>

os laços de relações econômicas e culturais através da utilização dos aspectos da Onda Coreana como uma ferramenta política e cultural.

Isto posto, conclui-se que a Onda Coreana tem grande relevância na área das Relações Internacionais, sendo considerada um instrumento de Soft Power da Coreia do Sul e que tem a capacidade de se aperfeiçoar para obter resultados ainda mais consideráveis, visto que uma das características do Soft Power é o constante investimento para se obter resultados a longo prazo. Portanto, isso tende a entender o Soft Power como algo que precisa ser promovido ativamente, não apenas como algo que estados e sociedades possuem. Isso coloca ênfase na projeção do soft power como um projeto de estado: algo em que os indivíduos podem desempenhar um papel, mas essencialmente um projeto que é promovido ativamente (e financiado) pelo estado.

REFERÊNCIAS

- AZMANOVA, A. (2018). **Relational, structural and systemic forms of power: The “right to justification”** confronting three types of domination. *Journal of Political Power*, 11(1), 68–78. doi:10.1080/2158379X.2018.1433757
- BAE et al. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity** (2017) 3:22 DOI 10.1186/s40852-017-0075-y
- Baldwin DA (2016) **Power and International Relations: A Conceptual Approach**. Princeton University Press: Princeton, NJ.
- CHAE, J. Y. (2014), **The need and composition of establishing Korean wave theme infrastructure, Korea Culture & Tourism Institute.**
- CHENG, Li-Chih, “**The Korea Brand: The Cultural Dimension of South Korea’s Branding Project in 2008**”, in *The SAIS U.S.-Korea Yearbook 2008* (Baltimore: Johns Hopkins University Press: 2008), pp. 73-85 (p. 83).
- CHIANG, M. H. (2016, July 14). **Chaebol’s role in South Korea’s economic development** (EAI Background Brief No. 1153).
- CHOE, Jonghyun. **Korea: Fifty years of economic development**, 2011. Disponível em: <http://overseas.mofa.go.kr/om-en/brd/m_11053/view.do?seq=686605&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=4> Acesso em 23 de março de 2021
- CULL, Nicholas J. **Public Diplomacy: Lessons from the Past**. University of Southern California. Published by FIGUEROA PRESS. 2009. Disponível em <<https://kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf>> Acesso em: 25 de março de 2021.
- GALLAROTTI, G.M. 2010a. **The power curse: influence and illusion in world politics**, Boulder, CO: Lynne Rienner.
- GALLAROTTI, G.M. 2010b. **Cosmopolitan power in international politics: a synthesis of realism, neoliberalism and constructivism**, New York: Cambridge University Press.
- HALL, Peter M. 1997. “**Meta-Power, Social Organization, and the Shaping of Social Action.**” *Symbolic Interaction* 20:397–418.

HULTBERG Patrik, KIM Seong-Hee & CALONGE David Santandreu. **Education policy in South Korea: A contemporary model of human capital accumulation?** 2017.

HWANG, Joanna Elfving. **South Korean Cultural Diplomacy ana Brokering 'K-Culture' outside asia.** 14 Korean Histories 4.1. 2013.

ISOZAKI, Niriyo. **Education, Development, and Politics in South Korea,** 2018.

JANG, Gunjoo; PAIK, Won K. **Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy.** 2012. Vol.2, No.3, 196-202.

JANG, Y. S., KO, Y. J., & KIM, S. Y. (2016). **Cultural correlates of national innovative capacity: a cross-national analysis of national culture and innovation rates.**

KIM, Gwang Jo. **Education Policies and Reform in South Korea.** Secondary Education in Africa: Strategies for Renawal. Maio de 2002.

KIM, Terri. **Higher Education Reforms in South Korea: Public - Private Problems in Internationalising and Incorporating Universities.** Out 2008.

Korea Economic Daily, 2011. **"Europe talkun K-pop, global. Youtube. match'umchölyraküro taepak."** June 12.

KOCIS, **Korean Culture and Information Service.** Disponível em <<http://www.kocis.go.kr/eng/openHistory.do>> Acesso em: 24 de março de 2021.

KOCIS, **Vision and Mission.** Disponível em <<http://www.kocis.go.kr/eng/openVision.do>> Acesso em: 24 de março de 2021.

LEE, G. (2009). **A soft power approach to the "Korean wave.** The Review of Korean Studies, 12, 123-137.

LEE, Jissoon. **Education Policy in the Republic of Korea: Building Block or Stumbling Block?.** 2001. 27 pages. Stock No. 37164.

LEE, J. W. **Economic Growth and Human Development in the Republic of Korea, 1945-1992.** United Nations Development Program, 1996. (Ocasional Papers, n. 24).

Disponível em: <http://hdr.undp.org/docs/publications/ocational_papers/oc24aa.htm> Acesso em 23 de março de 2021

LEE, Seow Ting, 2021. **Film as cultural diplomacy: South Korea's nation branding through Parasite (2019).** Disponível em:

<<https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-020-00192-1>> Acesso em 17 de abril de 2021

LEE, W. H. (2011), **A research on policy direction for Voluntourism, Korea Culture & Tourism Institute.**

LIM, Seoung Jae. **THE DEVELOPMENT OF EDUCATION IN SOUTH KOREA (ANALYSIS ON THE BASIS OF RELATIONSHIPS BETWEEN HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH).** 2018.

MartinRoll. **Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture.** Disponível em

<<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>>

MENEZES, Sérgio. Lee Soo Man | **Entenda a estratégia do homem por trás do K-POP.** Disponível em

<<https://viventeadante.com/lee-soo-man-entenda-por-tras-do-k-pop-sm-entertainment/>> Acesso em 23 de março de 2021

MEARSHEIMER, John. J. 2001. **The Tragedy of Great Power Politics.** New York: Norton.

Ministry of Culture and Information (1973). **First Five Year Plan for Cultural Development.**

MOURA, Carlos Fernando Lapenda. XAVIER, Maria Gilca Pinto. SILVA, Alexsandro Roberto Clemente. **AS FONTES DE CRESCIMENTO ECONÔMICO E UMA ANÁLISE EMPÍRICA DA ECONOMIA DA COREIA DO SUL.** Revista Contemporânea de Economia e Gestão. Vol. 9 - No 2 - jul/dez 2011.

NYE, Joseph S. Der Spiegel, 2009. **“Professor de Harvard comenta o "hard" e o "soft power" no mundo atual”** Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/midiaglobal/derspiegel/2009/08/19/ult2682u1279.jhtm>> Acesso em 17 de abril de 2021

NYE, Joseph S. **The Future of Power.** New York: PublicAffairs, 2011.

NYE, Joseph S. **Soft Power: The Means to Success in World Politics** (New York: PublicAffairs, 2004)

NYE, Joseph S. **South Korea's Growing Soft Power.** Daily Times, November 11, 2009.

Disponível em: <<https://www.belfercenter.org/publication/south-koreas-growing-soft-power>>

PEREIRA, André da Silva. **Uma Resenha sobre a Evolução da Teoria do Crescimento Econômico,** 2003. Disponível em: <http://www.upf.br/cepeac/download/rev_n20_2003_art6.pdf> Acesso em 17 de abril de 2021

OLIVEIRA, Amaury P. **A política coreana na Ásia: aspectos políticos e militares.** Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 2002.

Presidential Council on Nation Branding (PCNB). Disponível em:

<<http://17koreabrand.pa.go.kr/gokr/en/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0116&m1=1&m2=1>> Acesso em 18 ed abril de 2021

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural: seu papel na política externa brasileira.** Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011.

SALMON, Andrew. **Korea's S.M. Entertainment: The Company That Created K-Pop.** Jul 31, 2013. Disponível em

<<https://www.forbes.com/sites/forbesasia/2013/07/31/koreas-s-m-entertainment-the-company-that-created-k-pop/?sh=6c6649bc407d>> Acesso em 17 de abril de 2021

SIMÕES, Rogério 2002. **Reação à crise impressiona, e Sul volta a crescer.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2002/020312_coreiars6.shtml>

SÎNTIONEAN, Codruța 2013. **HERITAGE PRACTICES DURING THE PARK CHUNG HEE ERA.** Disponível em

<https://www.academia.edu/12643298/Heritage_Practices_During_The_Park_Chung_Hee_Era> Acesso em 18 de abril de 2021

SOHN, Seung-hye. 2011. **“Understanding and Evaluation of Public Policy on Hallyu.”** *The Journal of Cultural Policy.* 25 (1): 39–62.

The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon (2011). Contemporary Korea No. 1. Korean Culture and Information Service, Seoul.

UNCTAD, **Strengthening The Creative Industries For Development in The Republic of Korea.** 2017.

YIM, Haksoon. **Cultural Identity and Cultural Policy in South Korea.** *The International Journal of Cultural Policy,* 2002 Vol. 8 (1), pp. 37-48

Woodier, Jonathan e Park, Sungwoo. **Republic of Korea: K-culture and the New Wave of Economic Growth.** *IJCCI* volume 5, issue 1, 2017. Disponível em

<<http://www.ijcci.net/index.php?option=module&lang=en&task=pageinfo&id=249&index=7>>

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Maria e José, por me apoiarem em todas as decisões, por todo o cuidado e carinho de uma vida toda, sendo eles a base de tudo. Assim como ao meu irmão, Jackson, por ser um grande exemplo para mim.

Agradeço profundamente à minha amiga de longa data, Evelyn. Apesar de termos seguido caminhos diferentes, permanecemos nos apoiando e levarei esses 12 anos de amizade comigo, esperando pelos próximos. Também agradeço especialmente à Heloisa que mesmo de longe, está presente em tudo na minha vida, me mostrando todos os dias que a distância não é empecilho para uma amizade verdadeira. Ao meu namorado, Angelo, por estar ao meu lado nessa fase tão importante e por todo apoio.

Expresso gratidão ao meu orientador, Alexandre César, por transmitir seu conhecimento e me acompanhar na realização deste trabalho. Assim como agradeço às amigas que estiveram presentes: Ceris, Maria Victoria, Mel, Thieri e Ruthe.

Por fim, mas não menos importante, agradeço ao SHINee, por serem minha fonte de inspiração e por me permitirem sonhar, assim como agradeço especialmente ao poeta e artista, Kim Jonghyun, que mesmo estando em mundos diferentes, me mostrou que podemos estar juntos a qualquer momento.