

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

Renata Mendes Kuhn

O K-DRAMA COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA COREIA DO SUL

PORTO ALEGRE

2024

Renata Mendes Kuhn

O K-DRAMA COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA COREIA DO SUL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção de título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas

Porto Alegre

2024

CIP - Catalogação na Publicação

Mendes Kuhn, Renata
O K-drama como instrumento de soft power da Coreia
do Sul / Renata Mendes Kuhn. -- 2024.
82 f.
Orientadora: José Guibson Delgado Dantas.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Relações
Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. Coreia do Sul. 2. Soft power. 3. K-drama. 4.
Relações Públicas Internacionais . 5. Atração cultural
. I. Guibson Delgado Dantas, José, orient. II.
Título.

Renata Mendes Kuhn

O K-DRAMA COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER DA COREIA DO SUL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção de título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas

Aprovado em _____ de _____ 2024

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dr^o José Guibson Delgado Dantas - UFRGS
Orientador

Prof^a. Dr^a. Denise Avancini Alves - UFRGS
Examinadora

Prof^a . Dr^a. Helenice Carvalho - UFRGS
Examinadora

Para aqueles que acreditaram desde
do início e até o fim.

AGRADECIMENTOS

A trajetória que trilhei desde que a UFRGS se tornou a minha segunda casa, sempre percorreu um universo de colisões, e estas foram boas, intensas e repletas de emoções e desafios que carregarei para o resto da vida. Então, primeiramente agradeço a essa universidade, em me proporcionar caminhos e oportunidades que até então desconhecia, por vir de uma família muito humilde.

A minha imensidão de amor e eterna gratidão em segundo lugar, se deve às duas pessoas mais importantes para mim: meus pais, Regina e Renato. O pilar onde sempre encontrei paz em momentos conturbados. Eles, que não dispuseram da sorte de concluir o ensino fundamental e aproveitar seus estudos e mesmo assim, não entendendo do que se tratava esse mundinho acadêmico, estavam sempre ao meu lado, apoiando e incentivando os meus estudos. Sei que abdicaram de muitas oportunidades para conseguir me proporcionar as melhores coisas e investir na minha educação. A minha criação foi incrível e devo isso a vocês, rica daquilo que o dinheiro não compra. Obrigada pelas palavras de afeto, reforçando que o único caminho para uma vida digna é a educação. Chegamos longe e chegamos bem, essa conquista é nossa. Sempre foi.

Sou grata à minha avó Lena (*in memoriam*) que sempre me incentivou a seguir meus sonhos e nunca, jamais, em hipótese alguma, deixar que ninguém me desmotive ou me faça desistir daquilo em que acredito.

Agradeço profundamente ao meu orientador, Prof. José Guibson Delgado Dantas pela acolhida, parceria e incentivo. Sempre serei uma admiradora da sua empatia e forma de ensinar tão leve. A docência é algo incrível e aprendi a ver com bons olhos graças a você. Sou grata à professora Denise Avancini, que sempre carregou otimismo e um coração bondoso em todas as nossas conversas e ensinamentos durante as aulas. Agradeço também às professoras Helenice Carvalho e Ana Karin Nunes pelas aulas inspiradoras e aprendizados que carregarei no coração.

Às minhas amigas de longa data: Jéssica Wisnieski, Jordana Keppler, Maria Izabel, Arieli Pumpmacher e Luana Wisnieski. Vocês são meu refúgio e expresso aqui meu amor e carinho. Minha vida não seria a mesma sem vocês ao meu lado.

Aos colegas da Fabico, esse pequeno lugar com tantas histórias, sou imensamente feliz e grata pelos laços criados. Obrigada Luiza Schmidt, por todo afeto

do mundo, o amor, risadas em momentos críticos durante a nossa jornada, paciência, cuidado e os abraços quentinhos e reconfortantes; obrigada Aline Maciel por aguentar uma Renata ansiosa, pelo apoio que sempre me direcionou, carinho e compartilhamento de uma rotina que vou sentir muitas saudades. À Maiara Ozório e Stephanie Prusch por me acolherem tão bem e serem sempre tão receptivas em nossas conversas e frustrações, no final, tornou-se uma amizade bonita.

Por fim, agradeço ao meu colega de comunicação, melhor amigo, confidente, parceiro e namorado, Leonardo Lopes. Os abraços tão calorosos, o acreditar em mim sempre inserindo uma dosagem extra de energia positiva, a compreensão infinita e a motivação incessante, auxiliaram na força que precisava para encerrar o ciclo mais importante da minha vida.

작은 개울에서 용이 솟아오른다

Um dragão se ergue de um pequeno riacho.¹

Provérbio coreano

¹ Significado: mitos antigos que descrevem dragões erguendo-se das profundezas do mar. Portanto, é incomum e totalmente inesperado que façam isso a partir de um pequeno riacho. O ditado descreve uma grande pessoa que teve uma origem humilde.

RESUMO

A Coreia do Sul alcançou uma posição privilegiada no atual sistema internacional por conta do grande êxito da sua indústria cultural, que exporta produtos audiovisuais que são consumidos no mundo inteiro. Entre eles destaca-se o *K-drama*, designação dada aos dramas televisivos em língua coreana realizados pelo país. Com o intuito de entender esse fenômeno sob a ótica das relações públicas internacionais, este estudo foi norteado pelo conceito de *soft power* de Nye (2004) e desenvolvido com o objetivo de entender como os *K-dramas* funcionam como instrumento de *soft power* da Coreia do Sul. Para dar conta do objetivo estipulado, foram adotados os métodos de pesquisa bibliográfico, baseado nos aportes metodológicos definidos por Gil (2008), e estudo de caso exploratório proposto por Freitas e Jabbour (2011). Concluiu-se que, de fato, o *K-drama* funciona como um poderoso instrumento de *soft power* da Coreia do Sul, pois ao adentrar em mercados internacionais variados, levando os costumes e herança cultural do país, esse produto acaba gerando uma imagem positiva da Coreia do Sul e de seu povo entre os seus consumidores.

Palavras-chave: Coreia do Sul. *Soft power*. *K-drama*. Relações Públicas Internacionais. Atração cultural.

ABSTRACT

South Korea has achieved a privileged position in the current international system due to the great success of its cultural industry, which exports audiovisual products that are consumed throughout the world. Among them, K-drama stands out, the name given to Korean-language television dramas produced in the country. In order to understand this phenomenon from the perspective of international public relations, this study was guided by Nye's (2004) concept of soft power and developed with the aim of understanding how K-dramas function as an instrument of soft power in South Korea. South. To achieve the stipulated objective, bibliographic research methods were adopted, based on the methodological contributions defined by Gil (2008), and an exploratory case study proposed by Freitas and Jabbour (2011). It was concluded that, in fact, K-drama works as a powerful instrument of soft power for South Korea, as when entering various international markets, taking the country's customs and cultural heritage, this product ends up generating a positive image of the country. South Korea and its people among its consumers.

Keywords: South Korea. Soft power. K-drama. International Public Relations. Cultural attraction

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ilustração lenda <i>Dangun</i> , onde da esquerda para a direita está o urso, <i>Hwanung</i> fundador da primeira dinastia da Coreia e por fim, o tigre	26
Figura 2 - Mapa dos três reinados existentes (57 a.c a 668)	26
Figura 3 - Templo <i>Bulguksa</i> , construído em 668 – 935	27
Figura 4 - Mapa <i>Silla</i> unificada e <i>Balhae</i> (668 - 936)	28
Figura 5 - <i>Hangul</i> (alfabeto coreano)	29
Figura 6 - <i>Hansong Sunbo</i> (1883), primeiro jornal coreano publicado	30
Figura 7 - Soldado japonês amedronta cidadãs coreanas	31
Figura 8 - Jovens destinadas às “estações de conforto”	33
Figura 9 - Divisão da Coreia do Norte e Coreia do Sul	35
Figura 10 - Registro de uma refugiada em meio a Guerra da Coreia	36
Figura 11 - Um dos jogos online famosos nomeado Lineage da Ncsoft	38
Figura 12 - Publicação feita em 23 de outubro de 2023 no perfil do Instagram da Academia Brasileira de Letras (ABL)	43
Figura 13 - Pôster alternativo do longa-metragem Viva Freedom! (1946)	43
Figura 14 - Pôster alternativo filme <i>Woman Of Fire</i> (1971)	45
Figura 15 - Diretor Bon Jong Ho junto ao elenco do filme <i>Parasita</i> (2019) durante a cerimônia do Oscar em 2020	46
Figura 16 - Pôster alternativo filme <i>Parasita</i> (2019)	46
Figura 17 - Pôster alternativo K-drama <i>What is Love</i> (1996)	48
Figura 18 - Pôster alternativo K-drama <i>Wish Upon a Star</i> (1997)	48
Figura 19 - Estátuas em homenagem ao K-drama <i>Winter Sonata</i> (2002)	49
Figura 20 - Pôster alternativo K-drama <i>Winter Sonata</i> (2002) com o casal principal que deu vida às estátuas de bronze	50
Figura 21 – Cha eun – woo, idol da banda de K-pop masculina chamada Astro e também ator do K-drama <i>Beleza Verdadeira</i> (2020) na Netflix	52
Figura 22 - Site Rakuten Viki exibindo catálogo de K-dramas	53
Figura 23 - Site DramaFever exibindo catálogo de K-dramas	54
Figura 24 - K-drama <i>Jewel in the Palace</i> (2003)	55
Figura 25 - K-drama <i>Coffee Prince</i> (2007)	55
Figura 26 - Plataforma de Streaming Netflix exibindo catálogo de K-dramas	56

Figura 27 - Principais K-dramas de sucesso do serviço de streaming Netflix da esquerda para direita Round 6 (2021) , All of Us Are Dead (2022), Pretendente Surpresa (2022), Beleza Verdadeira (2020), Tudo Bem Não Ser Normal (2020), Vincenzo (2021), Alquimia das Almas (2022) e Meu Demônio Favorito (2023)	57
Figura 28 - Plataforma de Streaming Star Plus Disney	58
Figura 29 - K-drama Goblin (2017)	59
Figura 30 - K-drama Alquimia das Almas (2022)	60
Figura 31 - K-drama Romance is a Bonus Book (2019)	60
Figura 32 - K-drama Beleza Verdadeira (2020)	61
Figura 33 - Site de compras Shein, catálogo marca Dazy	62
Figura 34 - Blog Lojas Renner	63
Figura 35 - Da esquerda para a direita: uma das cenas do <i>K-drama</i> Pousando no Amor (2019) onde mostra o gesto de fazer corações com os dedos e a publicação da marca Docile com a skatista brasileira Rayssa Leal replicando o gesto	64
Figura 36 - Grupo de K-pop BTS com o presidente dos Estados Unidos em visita à Casa Branca	65
Figura 37 - Perfil Instagram do evento IYF Porto Alegre	66
Figura 38 - Perfil Instagram do evento IYF Porto Alegre	67
Figura 39 - Praça <i>Gwanghwamun Square</i> em Rei Eterno (2020)	68
Figura 40 - Uma das cenas do K-drama Vincenzo (2021)	69
Figura 41 - Uma das cenas do K-drama Kingdom (2020)	69
Figura 42 - Um dos cenários do K-drama Beleza Verdadeira (2020)	70

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1** - Espectro da relação entre o *soft power* e *hard power* 18
- Quadro 2** - Os principais meios para a obtenção de poder 19
- Quadro 3** - 5 exemplos de países que se utilizam da ferramenta *soft power* . 22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. SOFT POWER E RELAÇÕES PÚBLICAS	15
2.1 Tipologias de poder e o conceito de <i>soft power</i>	15
2.2 O conceito de <i>soft power</i> sob a ótica da Relações Públicas Internacionais .	19
2.3 Aplicabilidade e execução do <i>soft power</i>	21
3. A GIGANTE CULTURAL: COREIA DO SUL E O SEU CONTEXTO HISTÓRICO	24
3.1 Suas origens a partir do xamanismo: período de dinastias e reinados	25
3.2 Fase do colonialismo: Coreia e Japão	30
3.3 Divisão regional: Coreia do Sul e Coreia do Norte	34
3.4 O destaque e expansão global da Coreia do Sul	37
3.5 Investimentos para fomentar a cultura e indústria de entretenimento	39
4. K-DRAMAS: AS SÉRIES DRAMÁTICAS SUL-COREANAS	42
4.1 Produções audiovisuais sul coreanas	43
4.2 O advento dos K-dramas	48
4.3 Distribuição dos K-dramas e sua influência internacional	52
4.4 O K-drama como mecanismo de atração da Coreia do Sul	65
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	74
ANEXO A	80
ANEXO B	81

1. INTRODUÇÃO

A Coréia do Sul, oficialmente batizada como República da Coreia, é um país da Ásia Oriental, localizado na parte sul da Península da Coreia, que ao norte faz fronteira terrestre com a Coréia do Norte, a leste com o Mar do Japão, a sul com o Estreito da Coreia, que o separa do Japão, e a oeste com o Mar Amarelo. Seu território ocupa a metade sul da península coreana, com cerca de três mil ilhas que a rodeiam, com destaque para as ilhas de Jeju, Ulleungdo e os Rochedos de Liancourt. Sua capital é Seul, maior cidade do país, cuja área metropolitana é a segunda mais populosa do mundo, superada apenas pela área metropolitana de Tóquio, no Japão.

Nas últimas décadas, o referido país logrou grande visibilidade no sistema internacional, sobretudo a partir da década de 90, quando o governo sul-coreano passou a tratar a sua produção cultural como um setor com um alto potencial econômico e de atração e passou a investir na exportação de seus produtos. É nessa conjunção que surgiu a *Hallyu Wave* ou “Onda Coreana”, termo utilizado para se referir à “invasão” global de produtos culturais oriundos da Coréia do Sul.

Entre esses produtos estão o *K-Pop*, a música pop; o *K-Fashion*, a moda e o modo de vestir; o *K-Beauty*, os 10 passos de cuidados com a pele, também conhecido como *10-Step Korean Skincare*; o *K-Food*, a comida coreana; a *K-Culture*, a cultura e a língua coreana. Além disso, também faz parte da onda coreana o *K-drama*, designação dada aos dramas televisivos em língua coreana realizados pela Coreia do Sul que tem obtido grande sucesso internacional.

Com o intuito de entender esse fenômeno sob a ótica das relações públicas internacionais (DANTAS, 2023b), este estudo foi desenvolvido com o objetivo de entender como os *K-dramas* funcionam como instrumento de *soft power* da Coréia do Sul. Para dar conta do objetivo estipulado, foram adotados os métodos de pesquisa bibliográfico, baseado nos aportes metodológicos definidos por Gil (2008), e estudo de caso exploratório proposto por Freitas e Jabbour (2011).

A escolha da temática justifica-se, principalmente, por interesses pessoais e afinidade da autora, que ainda no início da adolescência se viu adentrando no mundo de dramas sul-coreanos, antes mesmo de plataformas de *streamings* como *Netflix*, *Amazon Prime Video* e *Viki* existirem no meio online e exibirem tais produções. A escolha se deu, também, por questões acadêmicas, pois ainda não existem trabalhos referentes a este assunto no acervo do Repositório Digital da UFRGS.

O presente trabalho foi estruturado em cinco capítulos e seguiu o modelo proposto por Dantas (2024), sendo o primeiro esta introdução. No segundo capítulo, o conceito de *soft power* formulado por Nye (2004) é apresentado para, em seguida, ser interpretado sob a ótica da Relações Públicas Internacionais, o que o converte num poderoso instrumento para a consolidação de uma imagem estatal positiva dentro do sistema internacional. Por fim, é discutida a sua aplicabilidade e execução a partir de exemplos nos Estados Unidos, Índia, Tailândia, Egito e China.

Para um maior entendimento e contextualização das origens da Coreia do Sul, o terceiro capítulo é destinado a compreender como se configuraram as etapas históricas da Coreia do Sul, desde seu nascimento, com traços culturais milenares, até seus períodos mais contemporâneas, com ênfase no período em que foi colônia japonesa até sua expansão global.

No quarto capítulo, são apresentadas as produções audiovisuais sul-coreanas, o advento e distribuição dos *K-dramas* para, posteriormente, ser feita uma análise de sua potência como instrumento de *soft power* da Coreia do Sul.

Finalmente, no quinto e último capítulo são apresentadas as considerações finais.

2. *SOFT POWER* E RELAÇÕES PÚBLICAS

Neste capítulo, o conceito de *soft power* formulado por Nye (2004) é apresentado para, em seguida, ser interpretado sob a ótica da Relações Públicas Internacionais, o que o converte num poderoso instrumento para a consolidação de uma imagem estatal positiva dentro do sistema internacional. Por fim, é discutida a sua aplicabilidade e execução a partir de exemplos nos Estados Unidos, Índia, Tailândia, Egito e China.

2.1. Tipologias de poder e o conceito de *soft power*

Na forma mais coloquial de entendimento, compreendemos o significado de *soft power* em tradução livre, a um termo que se refere ao “poder brando”² ou “poder leve”, em paralelo temos também o *hard power* que, por sua vez, denota o “poder duro”. Conceitos como estes foram utilizados pela primeira vez pelo cientista político Joseph Nye (1991), no início dos anos 1990, quando publicou o livro “*Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*”.

Inicialmente, entretanto, é importante termos uma noção do que trata a palavra poder. Há muitos significados que exploram o termo, pois depende da formação, época e paradigma teórico de quem o formula (BALLERINI, 2017). Em seu significado mais abrangente, o poder é classificado como o direito de exercer a autoridade, soberania, deliberar coordenando tudo, a posse de um domínio, ou a influência em impor esse um agir utilizando a fala ou força.

O dicionário também nos diz que o poder significa deter as capacidades de afetar o comportamento dos outros para fazer as coisas acontecerem. Mais especificamente, poder é a habilidade influenciar o comportamento alheio para obter resultados que se quer. Mas existem inúmeras maneiras de afetar o comportamento dos outros. Você pode coagi-los com ameaças, você pode induzi-los com pagamentos; ou você pode atraí-los e cooptá-los a querer o que você quer. (NYE, 2004, p.2).

² Poder brando ou *soft power* é um conceito criado e explorado por Nye em seu livro de 2004.

Já o cientista político italiano Norberto Bobbio (1995, p. 933) designa poder como "a capacidade ou possibilidade de agir, de produzir efeitos". Tanto pode ser referida a indivíduos e a grupos humanos como a objetos ou a fenômenos naturais".

Vale ressaltar que a palavra poder provém do indo-europeu "*poti*", que designava o chefe de um grupo social ou familiar de um clã de uma tribo, e tinha uma concepção política de autoridade do chefe (SCHAAL, 1994). Quando Nye explora a concepção de *soft power*, ele afirma que se trata de uma "segunda face do poder" (Nye, 2004, p.5), ou seja, não exerce o poder por meio da força, mas pela indução indireta. Isso significa que um ator, por meio de mecanismos brandos, influencia uma situação e consegue obter o resultado que deseja sem precisar utilizar instrumentos de coerção. Nye também menciona que "um país pode obter os resultados que quer na política mundial porque outros países admirando seus valores, aspirando sua prosperidade e sucesso, querem seguir o mesmo" (NYE, 2004, p.5).

De acordo com o teórico estadunidense:

[...] Poder brando é mais que uma habilidade ou persuasão de mover pessoas pelo argumento, apesar de ser importante. É também a habilidade de atrair. Em resumo, o poder é o poder atrativo. Em termos de recursos, a utilização do poder brando são ativos financeiros para produzir essa atração. (NYE, 2004, p.6)

O *soft power* - diferentemente do *hard power*, também conhecido como "poder duro"³, que se utiliza de meios invasivos, ameaças, força militar e poderio econômico, onde o Estado impõe suas vontades de forma agressiva - também se refere a uma concepção específica de liderança que se relaciona com decisões escolhidas por líderes que sabem utilizar da forma mais estratégica possível suas ações perante o cenário internacional.

Entre os vários pensadores que se dedicaram ao estudo de poder, destaca-se o sociólogo alemão Max Weber (1994, p. 33), que afirma que "o poder seria toda probabilidade de impor a própria vontade numa relação social, mesmo contra resistência, seja qual for o fundamento dessa probabilidade". Na verdade, as formas de poder são vastas e dependem muito da forma que irão colocar em prática, podendo ser por meio da persuasão, manipulação, punição ou mesmo por ameaça.

³ "Poder duro" é um conceito criado e explorado por Nye em seu livro "*Soft Power: the means to success in world politics*", de 2004.

A relação entre poder e liderança também ganha destaque nas reflexões de Nicolau Maquiavel - filósofo, diplomata e historiador florentino. O autor refletiu sobre o significado e o exercício do poder, sobretudo, em sua obra *O Príncipe*, publicada em 1532. Tomando por base as tipologias de poder instituídas por Nye, observa-se que seus pensamentos são pessimistas em relação aos atores políticos e se enquadram dentro do aspecto *hard power*.

Para Maquiavel, a vontade de obter sucesso se faz dentro da avidez humana, com ímpeto de glória. Com base nessa premissa, ele faz uma crítica sobre o comportamento do homem quando perpassa a contextualização de poder: "pode-se dizer em geral dos seres humanos que eles são ingratos, inconstantes, falsos, hipócritas, temerosos e gananciosos" (MACHIAVELLI, 1988, cap. XVII).

Um outro pensador que buscou refletir sobre o exercício de poder foi o sociólogo francês Pierre Bourdieu - que cunhou o termo "poder simbólico" para se referir ao poder invisível que permeia as relações no âmbito da cultura, inclusive, entre estados.

Para fundamentar essa correlação entre poder e cultura, Bourdieu afirma que a escola e a família são as instituições que possuem maior influência dentro da sociedade, já que seriam as responsáveis pelas competências culturais ou gostos culturais. Em meio a essa dinâmica, ele supõe que a população sabe que está sendo controlada, mas por não apresentar interesse em saber mais sobre quem a controla por entenderem o seu "lugar". Como bem afirma Bourdieu (1989, p. 7-8), "o poder simbólico serve para a classe detentora do poder como meio de perpetuar o domínio sem que as camadas dominantes se revoltam".

Segundo Lebrun (1999), poder e dominação caminham juntos, e alguém só exerce o poder quando outro é despossuído. Neste caso, o poder político está localizado no Estado ou pessoa regente que detém o monopólio. Em outras palavras, a cultura é um mecanismo definidor da sociedade que está também está atrelada ao poder, uma vez que a aceitação de se submeter ao poder remete a cultura já estabelecida para que esse perpassasse outras gerações e classes. Para Nye (2004, p. 11), há também uma contextualização da cultura em parceria do poder, pois "a cultura é o conjunto de valores e práticas que dão significado a uma sociedade".

Ainda, para uma maior compreensão e exemplificação do poder, retornado aos pensamentos de Nye (2004), apresenta-se uma distinção entre o poder brando (*soft power*) e o poder duro (*hard power*) a partir de um quadro analítico esquematizado em

que podem ser observados, de maneira mais clara, os espectros de comportamento e os recursos mais prováveis de serem adotados por cada um dos modelos de obtenção de poder abordados em sua teoria.

Quadro 1 - Espectro da relação entre o *soft power* e *hard power*

	HARD "Poder duro"	SOFT "Poder brando"
ESPECTRO DE COMPORTAMENTO	Comando Coerção Indução	Configuração de agenda Atração Cooptação
RECURSO MAIS PROVÁVEIS	Forças Sanções Pagamentos Subornos	Instituições Valores Culturas Políticas

Elaboração própria.

Fonte: Nye, 2004.

A tabela acima traduz as diferenças entre as tipologias de poder definidas por Nye. Enquanto o *hard power* possui um caráter mais previsível e fácil de se mensurar, o *soft power* atua de forma subliminar, isto é, de maneira indireta, e por isso mesmo possui uma maior durabilidade.

O autor também discorre dentro deste parâmetro sobre três modelos de obtenção de poder: militar, brando e econômico. Vale destacar que um dos comportamentos inseridos dentro da esfera do poder brando é a "atração" - que, por sua vez, é logrado a partir de valores, culturas, políticas e instituições.

Quadro 2 - Principais meios para a obtenção de poder

	COMPORTAMENTO	INSTRUMENTOS PRIMÁRIOS	POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS
PODER MILITAR	Coerção Dissuasão Proteção	Ameaças Forças	Diplomacia coercitiva Guerra Aliança
PODER BRANDO	Atração Configuração de agenda	Valores Culturas Políticas Instituições	Diplomacia pública Diplomacia bilateral Diplomacia multilateral
PODER ECONÔMICO	Indução Coerção	Pagamentos Sanções	Auxílio Suborno Sanções

Elaboração própria.

Fonte: Nye, 2004.

É possível observar nos quadros 1 e 2 que as tipologias de poder se diferem muito: a primeira, *hard power*, se caracteriza pelo uso das forças militares e econômicas; a segunda, *soft power*, tem como base a cultura e os valores. O país pode obter popularidade simplesmente através de seu investimento na cultura e dos modos de projeção internacional. Isso porque a cultura, de acordo com Nye (2004, p. 15) “é mais propensa a atrair pessoas e produzir *soft power* (no sentido de resultados preferíveis) em situações em que as culturas sejam, de alguma forma, similares do que largamente distintas”.

2.2. O conceito de *soft power* sob a ótica da Relações Públicas Internacionais

Primeiramente, para elucidar melhor o significado da Relações Públicas, temos definições como a de Bernays, que em 1923, o designou como uma atividade que “objetiva, por meio da informação, da persuasão e do ajustamento, edificar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição.” (ANDRADE, 1983, p.38), evidenciando as Relações Públicas como uma prática de mediação de ações favoráveis. Já o professor Raymond Miller, em 1951, defendeu a ideia de que as Relações Públicas objetivavam “determinar, guiar, influir e interpretar as ações de uma organização, de maneira que a sua conduta se conforme, tanto quanto possível, ao interesse e bem-estar públicos.” (ANDRADE, 1983, p.36).

Entretanto, com o advento dos meios de comunicação digitais, a atividade passou por uma revisão. Isso fica claro na definição mais abrangente e atualizada que foi formulada por Grunig, Ferrari e Franco (apud FERRARI, 2008, p. 20):

Atividade responsável por administrar os relacionamentos de uma organização com seus públicos, com o objetivo de manter um diálogo duradouro e eficaz, que permita a possibilidade de simetria entre os protagonistas de uma determinada ação.

Já no âmbito global, Dantas (2003b, p. 2-3) define as Relações Públicas Internacionais como "um conjunto de atividades e/ou estratégias de comunicação empreendidas com o intuito de harmonizar os interesses privados e públicos de um ator dentro do sistema internacional". Com isso, segundo o autor, busca-se melhorar a sua imagem perante a opinião pública internacional e demais atores.

Nesse sentido, as Relações Públicas Internacionais exercem um papel fundamental no processo de negociação de sentidos entre um país e demais atores internacionais, e tem os mecanismos de *soft power* como um dos seus instrumentos mais efetivos (DANTAS, 2023). O *soft power* como estratégia de interesse das Relações Públicas Internacionais, objetiva lograr uma imagem internacional positiva e sempre em evidência, tendo como motor principal de efetividade uma boa estratégia de comunicação.

As Relações Públicas Internacionais atuam diretamente na construção dessa imagem positiva (DANTAS, 2022), gerando o que podemos chamar de "falar bem de você por interesse espontâneo" dentro de uma determinada conjuntura política. Ferrari (2008) afirma que a comunicação é um processo de criação de sentidos e que, portanto, é necessário o entendimento das culturas, crenças e valores das regionalidades onde se estabelece as relações. Nesse contexto, Baldissera (2006, p. 3) afirma que se trata de "um instrumento para neutralizar opiniões contrárias, antecipar-se às denúncias e formar opinião pública favorável às organizações."

A Suécia é um exemplo de país que gere bem sua imagem internacional. O país escandinavo, além de explorar suas belezas naturais e exaltar a transparência dos processos políticos internos para fortalecer a sua reputação dentro e fora do continente europeu, comumente também se posiciona publicamente a favor de causas centradas nos direitos humanos, como o direito das mulheres ou de minorias que imigraram para o continente europeu para fugir de conflitos étnicos.

Nesse sentido, fica evidente o esforço do governo em reforçar seu *soft power* por meio de ações de responsabilidade social a partir de campanhas de comunicação. Aliás, a comunicação é a chave para a construção do *soft power*, e para permitir que as interações e mensagens fluam de maneira orgânica para a construção de uma reputação sólida, é importante o planejamento e a coesão das mensagens emitidas.

Conseguir, através da atração e da admiração, que os outros desejem o mesmo que você, e “(...) isso requer o entendimento de como eles estão ouvindo suas mensagens, e a afinação adequada. É crucial compreender o público-alvo. (NYE, 2004, p.111)

2.3. Aplicabilidade e execução do *soft power*

A utilização dos mecanismos de *soft power* é empreendida por diversos países que compactuam com a concordância de que conquistar o cenário internacional através de seus valores e cultura é o melhor meio para a sua consolidação como ator internacional de relevância. Como visto anteriormente, a ideia norteadora do *soft power* é a conversão dos principais atrativos culturais de um país em instrumento de persuasão e atração. Com isso, fomentam-se setores específicos como o musical ou mesmo produtos culturais com enfoque em sua exportação e turismo, áreas que comumente instigam a aproximação de países e fomentam parcerias.

É o caso de países como Estados Unidos, Índia, Tailândia, Egito e China, que se utilizam desta ferramenta de forma eficaz. A seguir, no quadro 3, pode-se visualizar os produtos culturais desses países que funcionam como mecanismos de *soft power*.

Quadro 3 - Quadro com 5 exemplos de países que se utilizam da ferramenta *soft power*

PAÍS	PRODUTO UTILIZADO soft power
Estados Unidos	Cinema, séries, indústria musical, HQ's
Índia	Bollywood
Tailândia	Diplomacia do Pad Thai / Gastronomia
Egito	Arqueologia e turismo
China	Apoio humanitário e investimento acadêmico

Fonte: Revista Fórum (2023)

Os Estados Unidos, por exemplo, desde a primeira metade do século passado utilizam os seus filmes como um produto estratégico que visa gerar empatia e aproximação cultural em países-chaves para a sua política externa. Por meio deles, os estadunidenses conseguiram exportar seus valores para outros públicos,

[...] uma vez que grande parte da revolução da informação provém dos Estados Unidos e grande parte do conteúdo das redes de informação global normalmente é criada no país, o que aumenta o 'poder brando' norte-americano. (NYE, 2002, p. 140).

Os filmes estadunidenses - por meio de seus atores famosos - são responsáveis por propagar o modo de viver dos Estados Unidos no que se refere à moda, estilos, gestos e métodos comportamentais que, de forma subliminar, se inserem lentamente nas mentes dos indivíduos. Nota-se que há uma presença massiva de influência americana em quase todas as roupas e acessórios consumidos, tanto em países ocidentais como até no Extremo Oriente. Ademais, os Estados Unidos também exploram a sua indústria de história em quadrinhos, que possui milhares de fãs ao redor do mundo graças ao êxito comercial alcançado por heróis como o Capitão América.

No quesito entretenimento, a Índia também concentrou todas as suas forças e investimentos em sua indústria de filmes. *Bollywood*, a maior indústria de cinema indiana, localizada em Mumbai, tornou-se o principal mecanismo de difusão dos valores modernos indianos no exterior. É por meio desses filmes que a Índia veicula - muitas vezes de forma indireta - premissas da propaganda nacionalista através das

telas de cinema e de televisão. Como exemplos de filmes que conseguiram alcançar sucesso fora do país, temos *Baahubali* e *K.G.F.* Vale ressaltar que “os Estados Unidos são, de longe, o maior exportador de filmes e programas de televisão do mundo, muito embora a *Bollywood* indiana produza mais filmes por ano” (NYE, 2002, p. 76).

A Tailândia, ao contrário da indústria do entretenimento, utiliza a seu favor a culinária ou mesmo a chamada gastrodiplomacia. Com maestria, o país converte a culinária tradicional do país em internacional, ao fazer aproximações com os hábitos alimentares de outras regiões.

Paul Rockower (2014), afirma que a gastronomia busca conquistar corações e mentes por meio do estômago. O autor ainda diz que, assim como a música, a comida trabalha para criar uma conexão emocional para ser sentida além das barreiras da linguagem. É exatamente isso que a Tailândia faz por meio de políticas públicas de âmbito internacional. O país é um grande exportador de alimentos e expande seus restaurantes constantemente. Seu prato típico conhecido mundialmente é o *Pad Thai* e é utilizado para promover a cultura da Tailândia através da gastronomia. Em 2004, por exemplo, o governo lançou um programa de apoio a restaurantes tailandeses no exterior que serviram como centros de promoção do país.

Já o Egito investe fortemente a sua economia no turismo, pois o país, por ter sido berço de uma das civilizações mais fascinantes da antiguidade, possui um enorme acervo arqueológico. Cabe ressaltar que a veneração de sua história por parte do governo egípcio também reforça a sua posição de liderança entre os países árabes, como também mulçumanos.

Por se tratar de uma região historicamente importante e que contém fabulosos monumentos como as pirâmides de *Gizé*, o país tem essa atração com o status de “a única maravilha do mundo antigo” e costuma ser um cartão postal do país entre os seus visitantes. Nesse sentido, o seu *soft power* se consolida a partir de seu legado histórico.

Para explicar as diferentes utilizações de elementos culturais como instrumento de *soft power*, temos o exemplo da China, que desde o Extremo Oriente recorre à área acadêmica e cultural, além de sua herança histórica e milenar para chamar a atenção do mundo.

A República Popular da China tem investido ultimamente em institutos culturais para o ensino da língua mandarim e fornecer bolsas de estudos para estudantes e acadêmicos estrangeiros. Estes, quando retornam aos seus países, passam a atuar

como agentes de difusão cultural do país, o que acaba fortalecendo o *soft power* do gigante asiático.

Um outro país do Extremo Oriente que tem alcançado grande visibilidade internacional é a Coreia do Sul. Por meio da difusão de seus produtos culturais, o país consolidou sua posição de nação influente, sobretudo entre a população jovem global, após o advento dos meios de comunicação digitais. Entretanto, para a plena compreensão da ascensão da Coreia dentro do sistema internacional, é necessário entender como se deu a sua trajetória ao longo do tempo - tema que será abordado no próximo capítulo.

3. A GIGANTE CULTURAL: COREIA DO SUL E O SEU CONTEXTO HISTÓRICO

A Coreia do Sul conta com potentes indústrias que atuam no mercado global, possuindo grandes parceiros políticos e influenciando milhões de pessoas através de sua moda, estilo de vida e cenário musical, além de suas obras cinematográficas que, inclusive, se destacam a cada ano.

Porém, nem sempre foi assim. Essa península da Ásia guarda um passado marcado por um histórico penoso de guerras, regimes ditatoriais que perduraram por longos períodos. Ademais, foi vítima de um projeto colonialista agressivo, sofreu perseguições políticas que impuseram humilhações, apagando a identidade cultural do país e ferindo o orgulho da nação, que não possuía liberdade ou direitos humanos.

A Coreia do Sul tem uma história extraordinária. O país tem vivido a dor da separação, conviveu com a devastação da guerra, a fome que acompanhou a pobreza, e após, a euforia do rápido crescimento, a alegria da democratização e o entusiasmo do reconhecimento de ser uma superpotência cultural em apenas sete décadas. O alcance do sucesso em apenas setenta anos, o que outros países demoraram centenas de anos a alcançar. Os Sul-coreanos de certa idade, testemunharam a transformação de um país que nunca foi tão bem conhecido e assunto de debate como em 2023. (PARDO, 2022, p.9).

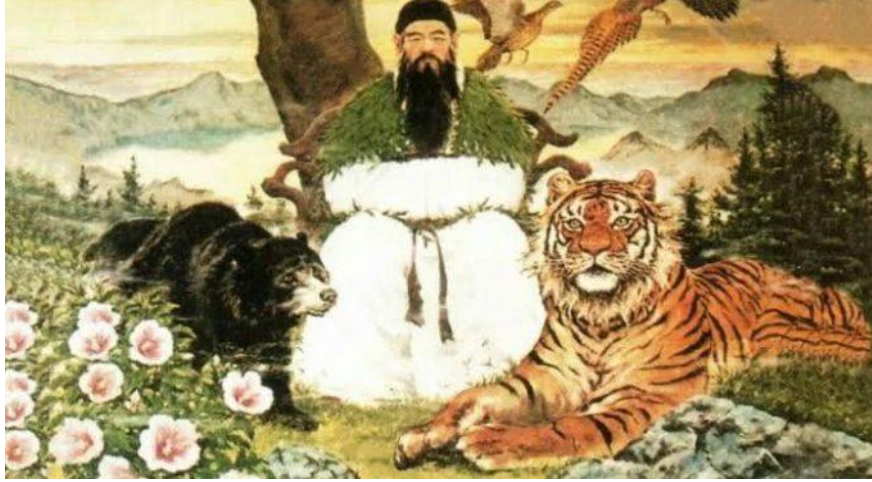
Para um maior entendimento e contextualização das origens da Coreia do Sul, este capítulo é destinado a compreender como se configuraram as fases do país, desde seu nascimento, com traços culturais milenares, até seus períodos mais contemporâneas, com ênfase no período em que foi colônia japonesa até sua expansão global.

3.1. Suas origens a partir do xamanismo: período de dinastias e reinados

A península coreana registrou suas primeiras habitações ainda na Idade de Bronze, há cerca de 700.000 anos atrás, época que coincide com o nascimento do “xamanismo”, religião baseada em práticas e rituais que tem como propósito a ligação com o mundo espiritual que foi desenvolvida entre os habitantes dessa região. Há inclusive, uma lenda antiga fundada no xamanismo, chamada *Dangun* (a palavra significa “Altar Prince” e “Sândalo”), que afirma sobre um urso que deu à luz à Coreia. Essa lenda é tão significativa para o país que existe a comemoração do Dia da Fundação da Coreia, celebrado no dia 3 de outubro. Logo abaixo temos a explicação da lenda de forma mais completa e a ilustração que remete a história.

[...] Hwanin (환인) (senhor do céu) teve um filho e seu nome era Hwanung (환웅), ele detestava viver no céu, queria um reinado na terra. O pai deu-lhe permissão, que desceu até a península da Coreia e estabeleceu a primeira civilização. Atraídos pelo reino, um tigre e um urso rezaram para se tornarem humanos e viverem neste, “– Oh! Deus, Hwanung! Por favor, nos transforme em humanos também! No lugar de patas, nos dê mãos e pés, no lugar de pelos, nos dê cabelos, e no lugar do couro nos dê vestimentas! [...] após um desafio de 100 dias dentro de uma caverna sem ver a luz do sol e se alimentando apenas de cabeças de alho e maços de estragão, apenas o urso sobreviveu e este, foi transformado em uma mulher chamada Ungnyeo, que mais tarde viria a se tornar melancólica pois queria um filho. Hwanung comovido se transformou em homem e se casou com ela, uma criança nasceu e seu nome era Dangun Wanggeom. Ele fundou Gojoseon, originalmente conhecido como Joseon. O nome foi posteriormente alterado para Gojoseon (antiga Joseon) para se distinguir da dinastia Joseon que mais tarde viria a governar a coreia durante mais de 500 anos, a antiga Joseon ficou conhecida como a “Terra da Manhã”, calma como ainda é conhecida atualmente. (PARDO, 2022, p.15-16)

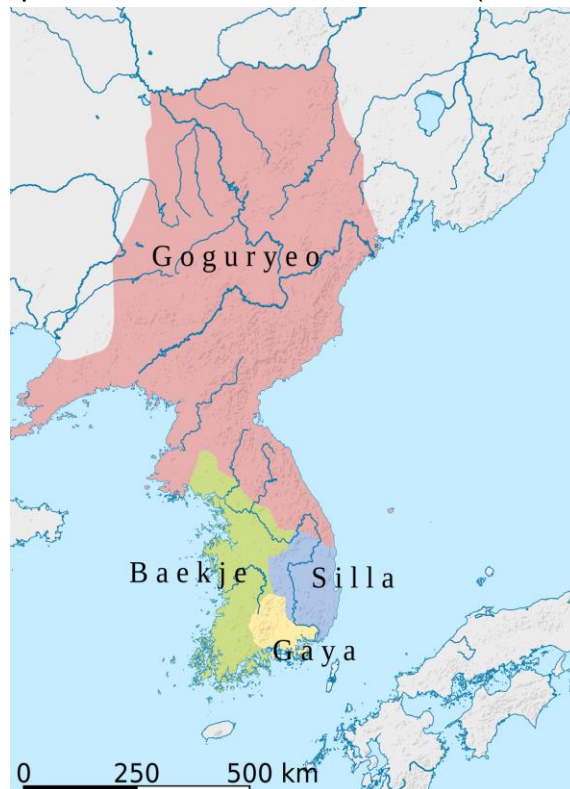
Figura 1 – Ilustração lenda *Dangun*, onde da esquerda para a direita está o urso, *Hwanung* fundador da primeira dinastia da Coreia e por fim, o tigre



Fonte: <https://abrasoffa.org.br/>

No ano de 57 a.c, líderes de alguns clãs formaram grupos e deram origem a três reinados - *Goguryeo*, *Silla* e *Baekje* -, que passaram a lutar entre si, mesmo possuindo um sistema político comum (monarquia hereditária) que empreendia um rígido controle da população, a seguir é possível visualizar as regiões citadas.

Figura 2 - Mapa dos três reinados existentes (57 a.c a 668)



Fonte: <https://www.ecured.cu/>

Com a eclosão de rivalidades e interesses entre os reinos *Goguryeo*, *Silla* e *Baekje*, aconteceu uma guerra que resultou na vitória de *Silla*. Com a maior parte da Coreia sendo governada por um reino unificado, Pardo (2022, p. 32) afirma que:

Durante este período foram desenhados os contornos da Coreia moderna, pois durante mais de duzentos anos os governantes de *Silla* unificada (século VIII) trouxeram paz e prosperidade ao seu reino, tentou também posicionar o país ao budismo ideal’.

Durante o período de reino unificado de *Silla* (668–935), foi construído o famoso Templo *Bulguksa*⁴ - destruído pelos japoneses em 1593. Após pesquisas e escavações anos mais tarde, os prédios foram reconstruídos e relíquias foram recuperadas. Hoje se constitui em importante ponto turístico da Coreia do Sul moderna.

Figura 3 - Templo *Bulguksa*, construído em 668 - 935



Fonte: <https://horadacoreia.blogspot.com/>

Porém, a era de prosperidade e calma não duraria muito tempo. Mesmo com o apoio da Dinastia Tang da China e seu aporte financeiro, *Silla* foi sendo enfraquecida por conta da pressão exercida pelos poderosos estadistas da região e dos muitos assaltantes e foras da lei que surgiram no período. Em 900, Gyeon Hwon - rei e fundador de *Hubaekje*, um dos últimos Três Reinos da Coreia - se revolta contra *Silla* pelo controle da região de *Jeolla* e funda a dinastia *Goryeo* 고려 [kôrio], ainda no

⁴ O Templo *Bulguksa* refere-se a uma pequena estrutura que o Rei Beop-Heung ergueu com o propósito de rezar para a obtenção de prosperidade e paz para o seu reinado.

século XI (918- 1392), expandindo o território até *Balhae*. Vale ressaltar que o nome “Coreia” como conhecemos hoje, advém da palavra *Goryeo*.

O reino *Goryeo* tinha imposições bem rígidas e obrigava os súditos a obedecer de forma incondicional o seu rei. Essa dinastia em questão durou quase 500 anos, sendo uma fase de muita estabilidade e progresso. O Reino, porém, foi atacado pelo império Mongol - que na altura dominava a China, no século XIII - que acabou subjugando o Reino de *Goryeo* e tornando-o um estado cliente. No mapa a seguir temos a ilustração de com a região *Silla* encontra-se unificada na época.

Figura 4 - Mapa *Silla* unificada e *Balhae* (668 - 936)



Fonte: <https://nanumcoreano.com.br/>

Após o enfraquecimento do Império Mongol a partir de 1350, a Dinastia *Joseon* prevalece em 1392, onde o General *Yi Song-gye* que era filho de um oficial do Império Mongol, rebelou-se e por fim, deu um golpe no rei, tomando assim o poder e estabelecendo, então, um novo reinado. O então General *Yi Song-gye* foi nomeado como *Rei Taejon*.

Inicia-se, então, o reinado mais longo na história coreana. A Dinastia *Joseon* durou mais de meio século, perdurou até 1910 e foi governada por vinte e seis reis (anexo B) ao longo desse período. Essa dinastia recebeu o nome *Joseon* em homenagem ao reino coreano *Gojoseon*, que possui um significado importante por se referir às origens dos habitantes da península, resgatando fundamentos antigos.

O novo rei transferiu a capital para Hanyang, oficialmente conhecida como Hanseong, nada mais do que a Seul moderna. A nova capital mais fácil de

defender, rodeada por montanhas, tornou-se rapidamente o principal centro político, econômico e cultural de Joseon. Seul, um nome primeiramente usado no final do século XIX, ainda mantém essa posição mais de seis séculos depois (PARDO, 2022, pg. 22).

Nesse período, destaca-se o reinado de *Sejong* O Grande (1418-1450), quarto monarca responsável pela criação do *Hangul*, o alfabeto coreano que é utilizado até os dias atuais e é possível e visualizar na imagem abaixo para uma melhor visualização. Aliás, outra característica dessa época foi a presença marcante do confucionismo, característica mais marcante desta dinastia, pois influencia a Coreia até os dias atuais.

Segundo Pardo (2022, p. 38):

“*Sejong* O Grande, personificou este ideal de desenvolvimento, implementou reformas e cobrança de impostos mais justas, também promoveu o estudo da ciência e tecnologia. Mesmo com inúmeras tentativas de invasão por parte do Japão, obteve vitória em todas elas”.

Figura 5 - Hangul (alfabeto coreano)



Fonte: Fotos de Stock

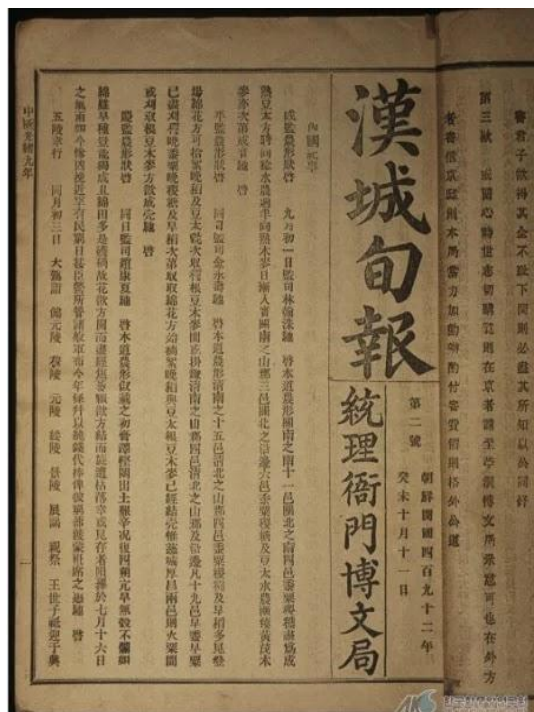
Em 1894 aconteceu a Reforma *Gabo*⁵ que abrangeu várias mudanças, incluindo abolição da escravatura, seleção para cargos de governo sem discriminação, fim dos monopólios mercantis e a utilização de *Hangeul* de forma oficial. O país começava, também, a iniciar seu processo de industrialização e modernização do comércio.

⁵ A Reforma *Gabo* ou mesmo Reforma *Kabo*, engloba várias reformas sugeridas pelo governo da Coreia entre os anos de 1894 e 1896.

Iniciou-se um processo de reforma agrária para expandir a propriedade e diminuir o regime de taxação. A educação e saúde foram desenvolvidas e modernizadas para apoiar a industrialização da coreia. A Coreia estava se esforçando para se tornar um país moderno e independente. (PARDO, 2022, p.29):

Através dessa reforma também foi introduzido um estilo educacional com influências ocidentais. Observou-se, também, transformações no que se refere às técnicas de publicação, o que acabou popularizando os jornais, que passavam a ser consumidos diariamente, como o exemplo do primeiro jornal coreano a seguir.

Figura 6 - Hansong Sunbo (1883), primeiro jornal coreano publicado



Fonte: <https://nanumcoreano.com.br/>

3.2 Fase do colonialismo: Coreia e Japão

Entre os anos de 1866 e 1910, a estabilização política e a expansão comercial que a região alcançou foi suplantada por ataques e invasões estrangeiras. O episódio que impactaria de forma decisiva a Coreia sucedeu na década de 10 do século passado, mais precisamente no dia 22 agosto de 1910, quando a Coreia foi forçada a tornar-se colônia do Japão.

O governo do Japão estudou uma invasão sem falhas com o apoio dos Estados Unidos - país que também possuía interesses na região. Com o "Pacto Secreto" de

Taft-Katsura, em 1905, as primeiras tropas japonesas iniciaram uma invasão à península coreana. Finalmente, em 1910, a Coreia capitula ao assinar o Tratado Coreano-japonês, em que o governo derrotado passa a ser uma das primeiras colônias japonesas.

Nesse período, o efervescer da cultura coreana, suas tradições e crenças que até então tinham logrado um importante desenvolvimento durante a Dinastia *Joseon*, foram sufocadas por imposições japonesas, que passaram a ditar seus valores e costumes ao povo coreano. Com o tratado assinado para a anexação da Coreia ao Japão, *Sunjong*, até então rei da Dinastia *Joseon*, *abdicou* de seu posto, despromovido como rei sob o império japonês, findando 519 anos de reinado *Joseon*.

Em meio a ambições territoriais e imposição de poderes, a Coreia deteve-se por um tempo sendo uma simples colônia japonesa pelo regime de governo do Japão e sua presença militar [...] O período colonial da Coreia foi uma era de transformação que teria um impacto profundo na Coreia do Sul. O Japão governou a Coreia durante trinta e cinco anos entre 1910 e 1945. Durante este período a língua e a cultura coreanas foram reprimidas, a economia da coreia foi posta ao serviço das ambições imperiais do Japão e os cidadãos coreanos tornam-se cidadãos de segunda classe em seu próprio país. Durante a primeira década do período colonial, o Japão organizou as estruturas que seriam utilizadas para consolidar o seu domínio. (PARDO, 2022, p.31)

Quando ocorre a anexação da Coreia, ela passa a ser chamada pelos seus colonizadores de “*Chosen*” ou “País da manhã tranquila”. Em 1930, metade da região da Coreia era pertencente ao Japão, incluindo áreas com terras férteis que passaram a produzir alimentos que eram destinados para o consumo da população japonesa.

Figura 7 - Soldado japonês amedronta cidadãs coreanas



Fonte: Art in society

Durante os anos em que a Coreia foi colônia japonesa, a população sofreu muito por conta da violência empreendida pelas tropas japonesas e pelas arbitrariedades do governo japonês, que insistia em impor seus valores culturais ao mesmo tempo que restringia as manifestações culturais típicas dos coreanos. Além disso, a população foi submetida a trabalho de servidão, sendo obrigados a trabalharem até morrerem de exaustão.

Foi em meio a esse cenário que surgiram grupos contrários à dominação japonesa e com eles o conceito *Minjok*, que define a identidade coreana e os tornam únicos, distintos em relação aos habitantes de outras nações.

[...] O termo *Minjok* começou a ser publicamente utilizado em 1900. Esse conceito definia uma identidade individual, tornava os coreanos distintos com apenas uma linha de sangue e história traçada até Dangun, em 2333 a.c. A maioria dos coreanos estava descontente e alimentados pela *Minjok*, muitos resistiram a ocupação do japão, de fato, foi a ocupação japonesa que conduziu a um nacionalismo coreano distinto, com base na individualidade do país relativamente ao japão [...] símbolos da resistência coreana, que carregam o *Minjok* como principal catalisador. (PARDO, 2022, p.31-32)

Além da impiedosa forma de lidar com os nativos coreanos, o exército japonês convertia as jovens coreanas em escravas sexuais, as chamadas “mulheres de conforto”⁶, as quais eram violentadas diariamente por vários homens, sendo

⁶ “Mulheres de conforto” é um eufemismo referente a categorização de meninas e mulheres coreanas obrigadas a se prostituírem através da escravidão sexual pelos japoneses enquanto perdurava a Segunda Guerra Mundial, em bordéis militares ou as chamadas “Estações de conforto”.

obrigadas a satisfazer os soldados japoneses durante os confrontos militares. O termo “conforto” também se referia às “Estações de conforto”, áreas restritas a distração e descanso para os soldados. É possível concluir a partir disso que a Coreia foi invadida de várias formas possíveis e inegavelmente sentenciada a humilhação e decadência.

Ao longo das décadas de 1930 e 1940 as forças armadas nipônicas construíram verdadeiras redes de bordéis nas colônias japonesas pela Ásia que praticamente legalizaram a violência sexual dos militares, criando a figura das chamadas “mulheres de conforto”. Não há uma estimativa consensual, mas os números variam entre 200 a 400 mil mulheres (muitas delas menores de idade), coreanas, chinesas ou mesmo japonesas que foram escravizadas pelo exército japonês para atender as demandas sexuais dos militares (e muitas vezes também serviram como enfermeiras e serviçais). (PUREZA, 2023, p.131).

Figura 8 - Jovens destinadas às “estações de conforto”



Fonte: <https://avozdopovode1945.blogspot.com/>

A Coreia foi ocupada pelo Japão até 1945, quando sucedeu a rendição do Japão no final da Segunda Guerra Mundial. O legado da colonização japonesa foi fortemente contestado logo após o seu fim e ainda hoje gera controvérsias, pois ainda hoje há um número significativo de opiniões tanto na Coreia do Sul como no Japão.

3.3 Divisão regional: Coreia do Sul e Coreia do Norte

No dia 15 de agosto de 1945 o regime imperial do Japão chegou ao fim e, nesse mesmo dia, a Coreia logra a sua independência. Entretanto, influenciada pela conjuntura mundial de bipolarização, a península coreana antes unida, agora enfrentava uma divisão.

A parte norte estabeleceu-se com influências russas (socialista) e a parte sul sob influência norte-americana (capitalista). Essa divisão, cinco anos depois, conduziu a península a uma guerra, provocada, sobretudo, pelos Estados Unidos e União Soviética.

A divisão da Coreia do Norte e Sul não foi uma ideia coreana. Dean Rusk (secretário de estado dos Estados Unidos) e Charles Bonesteel sentaram-se numa sala sossegada em Washington, DC. Tinham instruções claras do gabinete de guerra: encontrar um local para dividir a Península da Coreia em duas, garantindo que a União Soviética, que agora se deslocava para a Coreia como parte da sua ofensiva contra o Japão, não ocupasse todo o país. A proposta foi aceita pelos seus superiores e a União Soviética. A Coreia não era uma prioridade para as superpotências emergentes, mas nenhuma delas queria perder o controle sobre todo o país, à medida que a guerra fria já se vislumbrava no horizonte. (PARDO, 2022, p.37)

As estruturas estavam sendo remodeladas em cada região da península. Na Coreia do Norte, Kim Il-Sung - que futuramente se tornaria o presidente do norte desde a sua fundação- e outros líderes comunistas, criaram um tipo de comitê popular provisório para posteriormente nacionalizar as indústrias. Além disso, na ocasião foi formado o exército popular da Coreia do Norte.

Enquanto isso, na Coreia do Sul, após uma disputa pelo poder com Kim Ku, Syngman Rhee tornou-se o primeiro presidente do país, governando de 1948 a 1960, sob forte influência anticomunista (CHA e PARDO, 2023). Abaixo destaca-se um mapa ilustrando a separação da Coreia do Sul e Coreia do Norte.

Figura 9 - Divisão da Coreia do Norte e Coreia do Sul



Fonte: Wikipédia, 2024

Com o ápice do conflito, registraram-se tentativas para que o país voltasse à sua antiga unificação, mas não houve consenso entre as partes:

As tentativas de realizar eleições por todo o país, apoiadas pelas nações unidas, não foram bem-sucedidas, uma reunião realizada em abril de 1948 em Pyongyang entre representantes do norte e sul foi um fracasso. Se recusaram a comparecer ou saíram alarmados da reunião. Kim, KU que esteve presente regressou ao sul convencido de que o norte poderia facilmente tomar o sul sem ajuda das tropas soviéticas. [...] as vozes dos coreanos comuns foram silenciadas e a divisão oficial do país estava prestes a ser confirmada. (PARDO, 2022, p.38-39)

Figura 10 - Registro de uma refugiada em meio a Guerra da Coreia



Fonte: Wikimedia Commons

Durante a guerra que se sucedeu, a população coreana foi obrigada a ter suas famílias separadas, pois algumas moravam na parte norte e vice-versa. O conflito teve seu fim em 27 de julho de 1953 com um armistício⁷ assinado pela Coreia do Norte, Estados Unidos e China, em nome das Nações Unidas.

A necessidade de proteger o Japão da potencial ameaça que uma Coreia unificada e comunista representaria, o início da Guerra Fria e a ameaça da China a Taiwan (na época formosa) foram fatores cruciais para a decisão de Washington em intervir na Guerra da Coreia. A Coreia do Sul não foi salva por si própria, foi salva devido a políticas das grandes potências. (PARDO, 2022, p.42)

Quando o fim do conflito se estabeleceu, a separação entre Coreia do Sul e Coreia do Norte foi ainda mais consolidada. Mesmo anos após o fim do combate entre as duas partes da península, ainda hoje é possível perceber a tensão que continua entre os países. Enquanto o Sul fortaleceu sua economia neoliberal capitalista e está no rol dos grandes países desenvolvidos sob a órbita de influência dos Estados Unidos, a Coreia do Norte, por outro lado, configura-se num país fechado e com pouco trânsito dentro do sistema internacional.

⁷ Armistício se refere a um acordo formal, no qual ambas as partes envolvidas no conflito concordam em parar de lutar e estabelecer um fim às desavenças combatentes.

3.4. O destaque e expansão global da Coreia do Sul

A Coreia foi marcada por mudanças constantes. Nota-se que essas transformações atingiram a população coreana de forma direta com várias consequências. Como foi visto, o único período de estabilidade registrado na história antiga do país foi na Dinastia *Joseon*, mas sob um regime de violenta vigilância em relação aos súditos.

Diante da separação do sul e norte, o que a população sul coreana mais almejava era conseguir prosperar economicamente após décadas de colonização e guerra sem fim. Devastada e com a economia arruinada, as poucas indústrias que existiam na península ficaram, após a separação na parte norte.

Em 1953 a coreia do sul era mais pobre que a África Subsaariana, então a região mais pobre do mundo [...] na disponha dos recurso naturais, era um caso desesperado como muitos economistas e comentadores da época diziam (PARDO, 2022, p.53)

Park Chung-Hee, então presidente da Coreia do Sul, teve a consolidação de seu poder em 1962, quando propôs um ousado plano de crescimento econômico. O objetivo era focar na indústria têxtil como força motriz para impulsionar o desenvolvimento da economia do país e gerar trabalhos. Além disso, investir na planta tecnológica do país a partir do chamado "desenvolvimento de compressão" ou "*Pali-Pali*" (depressa-depressa).

De acordo com Cha e Pardo (2023), bastou apenas duas décadas para a economia sul-coreana alavancar, algo que a Europa precisou de mais de cem anos para conseguir um feito parecido. É nessa época que Park criou uma base para o surgimento dos chamados "*Chaebol*", isto é, "Clã da Riqueza", conglomerados de indústrias chefiadas por uma única família.

A origem dos Chaebol são os pequenos estabelecimentos de empreendedores coreanos no final do período colonial e a Guerra da Coreia. São exemplos disso a Samsung, a Hyundai e a LG. Essas empresas, além de proporcionarem riqueza ao seu país de origem, propuseram parcerias para construir estradas de ferro e aeroportos marítimos, principal porta de entrada/saída para exportação das riquezas do país.

A década de 1970 testemunhou outro novo fenômeno na história coreana: o surgimento e consolidação de uma classe média massificada. pela primeira vez um grande número de sul-coreanos ganhava dinheiro suficiente para escapar a uma economia de subsistência. [...] efetivamente a cultura do consumo em massa nasceu na coreia do sul na década de 1970. (PARDO, 2022, p.89)

A modernização da Coreia do Sul provocou uma reviravolta na realidade do país ao promover um crescimento exponencial em tempo recorde. Com o aumento do PIB também se verificou uma rápida urbanização na capital e nas áreas de atuação das grandes indústrias. Grande parte da população do país - que antes residia em zonas rurais - transferiu-se para a capital para trabalhar nas mega indústrias que ampliaram suas linhas de produção.

A economia crescia ainda mais e sua internacionalização era o caminho mais plausível a ser seguido, à medida que alcançava mercados que antes eram inacessíveis aos produtos sul coreanos, como os Estados Unidos. Em 1981 o país conquistou o posto de segundo maior exportador no segmento de construção naval e no mesmo ano é escolhido para sediar os jogos asiáticos de 1986. Anos depois, é escolhido, também, para sediar os jogos olímpicos de 1988.

Com a visibilidade alcançada nesses grandes eventos - oportunidade única para se destacar e mostrar ao mundo a sua cultura e seus valores - a Coreia do Sul não poupou esforços para modernizar a infraestrutura da sua capital, Seul, com o intuito de mostrar ao mundo que estava à altura das economias desenvolvidas. O público que assistiu as olimpíadas de 1988 pôde acompanhar e contemplar o orgulho da nação.

Uma nação enfim recuperada das atrocidades e da pobreza que um dia a assolaram, mas que unificaram ainda mais o povo. Os jogos olímpicos foram o marco oficial para que líderes de outros países iniciassem relações diplomáticas com a Coreia, pois agora ela tinha se tornado um ator global. Finalmente, em 1991, as Coreias do Sul e do Norte integraram-se às Nações Unidas e assinaram um acordo de reconciliação, propondo a cooperação e não agressão no âmbito das relações internacionais e no comércio.

3.5. Investimentos para fomentar a cultura e indústria de entretenimento

A Coreia do Sul, após assumir a condição de país democrático e em franco desenvolvimento, foi logrando espaço entre as demais nações e passou a exportar um grande número de produtos, com destaque para automóveis, produtos eletrônicos e serviços online, fabricados por empresas como a *Nexon*, *Ncsoft* e *Daum*, que vieram posteriormente a liderar as TI do país. Destaque aos seus jogos online que ganharam repercussão entre jovens e adultos, como o jogo *Lineage*.

Figura 11 - Um dos jogos online famosos nomeado Lineage da Ncsoft



Fonte: Pulse News Korea

O país também passou a investir grandes somas de dinheiro no desenvolvimento de jogos online e tecnologia voltada a computadores. Entre as empresas envolvidas estão a *Samsung* e a *LG*, que expandiram sua participação no mercado global na década de 90 e logo assumiram a posição de líder mundial em tecnologias e telecomunicações.

Ao longo dos anos que se seguiram, uma novo momento surgiu na Coreia que viria aumentar a visibilidade do país em nível internacional. Trata-se da *Hallyu Wave*, ou “Onda Coreana”. O termo surgiu na década de 1990 no momento em que se verificava uma crescente popularização de produtos culturais sul-coreanos no Leste Asiático. Apesar desta significação já ser conhecido no início da década de 90, foi apenas no final dela que a *Hallyu Wave* alcançou, de fato, um lugar no imaginário popular dos países asiáticos.

Antes ignorada pelos setores governamentais, a área cultural de entretenimento do país cresceu de maneira exponencial e se tornou o principal produto de exportação da Coreia do Sul, sobretudo com a popularização de suas

bandas de *K-pop* como *Bangtan Boys* (BTS), *Super Junior* e *Black Pink*, os *Manhwa* (mangás) na área de escrita e criação de desenhos, os *Webtoons* online e físicos no quesito filmes e por fim seus *K-dramas* (séries sul-coreanas).

Na verdade, o grande marco para disseminação da *Hallyu Wave* para o ocidente foi a música *Gangnam Style* do cantor Psy. Lançada em 2012, logo se tornou um fenômeno mundial, seja pela sua coreografia característica ou pelo refrão. A música passou a ser tocada no mundo inteiro e rapidamente tornou-se uma sensação. O impacto foi tão grande que se tornou o primeiro vídeo do *YouTube* a atingir 1 bilhão de visualizações em pouco tempo, o que lhe conferiu um lugar no livro *Guinness*.

O impacto foi tão grande que *Gangnam Style* é considerado por estudiosos como um marco para disseminação do *Hallyu Wave* no cenário global. Desde então, a Coreia do Sul se tornou o país mais badalado da Ásia pela primeira vez em sua história. Quando o governo decidiu investir em seus produtos de entretenimento e fomentar políticas públicas que ampliassem esse segmento comercial, verificou-se um esforço em valorizar a identidade nacional em detrimento de produtos culturais oriundos de alguns países vizinhos, sobretudo do Japão.

O surgimento e eventual sucesso de produtos culturais da Coreia do Sul eram um testemunho do impulso contínuo para a inovação e da crescente criatividade do povo do país. O governo sul coreano removeu restrições à importação dos bens culturais japoneses, na altura os filmes, o pop ou os animes do vizinho Coreia do Sul eram vistos como atrativos. [...] Ao produzir simultaneamente dramas históricos, comédias e filmes de ação, os cineastas sul-coreanos mostraram que eram capazes de cativar audiência nacionais e internacionais também. (PARDO, 2022, p.178-179)

Essa modernização e massificação da cultura pop sul-coreana pelo mundo reflete o desenvolvimento do país a partir dos anos 80, quando cresce a importância do setor cultural e tecnológico do ponto de vista político e econômico

Já nos anos 2000, a *Hallyu Wave* tornou-se a principal plataforma comercial que alçou a Coreia do Sul a ocupar uma nova posição no sistema internacional. Ademais, os anos 2000 marcam o avanço estatal e maior abertura em fóruns internacionais. A economia de mercado e as fortes políticas de manutenção financeira firmam o êxito da propulsão nacional, que atingiu um crescimento vertiginoso do país.

Com o êxito da *Hallyu Wave*, a nova indústria de entretenimento ganhou segmentos específicos, lideradas por profissionais especialistas em proporcionar a melhor imagem de *idols* (cantores coreanos ou mesmo ídolos), designers gráficos

para jogos e escritores envolvidos em roteiros para *K-dramas* - *produto* de entretenimento mais exportado e aclamado do país, que será tema do próximo capítulo.

4. K-DRAMAS: AS SÉRIES DRAMÁTICAS SUL-COREANAS

As produções audiovisuais sul-coreanas em formato de série dramática são intituladas como *K-dramas* ou mesmo como *Doramas*⁸. A diferença entre os termos *K-drama* e *Dorama* está relacionado diretamente aos países em que são produzidos esses produtos audiovisuais, isto é, Coreia do Sul e Japão, respectivamente. Como o formato das séries possuem semelhanças, os referidos países decidiram inserir um prefixo antes da palavra "drama" para identificar sua produção. A Coreia do Sul utiliza o prefixo "K" - que deriva da palavra "*korean*" (coreano em inglês) - para as suas produções, enquanto o Japão utiliza o prefixo "J".

É importante salientar que a generalização do termo *dorama* para se referir aos *K-drama* não agradam a muitos sul-coreanos por conta de questões históricas já tratadas no capítulo anterior e também aos fãs.

No Brasil, essa polêmica veio à tona em 2023, quando a Academia Brasileira de Letras (ABL) fez uma publicação no *Instagram* de forma generalizada para os K-dramas. Isso desagradou os fãs de dramas sul-coreanos e a Associação Brasileira dos Coreanos, pois interpretaram o fato como uma definição preconceituosa. Foi feito, então, um manifesto condenando a definição.

No texto do manifesto, a pesquisadora Daniela Mazur, doutoranda em comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e integrante do MidiÁsia, grupo de pesquisa que estuda a cultura pop asiática, fala que

"o uso no Brasil do termo "*dorama*", em japonês, generaliza e apaga indústrias midiáticas asiáticas. Esse apagamento fortalece estereótipos e reforça, assim, o orientalismo. O drama de TV é um formato televisivo realizado em diferentes indústrias da mídia no leste e sudeste asiáticos. Chamar um drama sul-coreano, ou *K-drama*, de "*dorama*" é mais uma forma de estereotipar um consumo, além de ativar estruturas históricas de raízes imperialistas" (PESQUISADORES, 2023).

⁸ Apesar de *dorama* ser um termo originalmente japonês que faz alusão às séries e novelas televisivas japonesas, a maioria do público que consome esse tipo de produto.

Figura 12 - Publicação feita em 23 de outubro de 2023 no perfil do Instagram da Academia Brasileira de Letras (ABL)



Fonte: perfil Instagram *feed* Academia Brasileira de Letras (ABL), 2023

Diante disso, reforça-se a importância da utilização correta do termo para que a população em geral consiga identificar uma produção audiovisual sul-coreana e não a confundir com a japonesa.

4.1 Produções audiovisuais sul coreanas

As primeiras produções audiovisuais que circularam na península foram justamente em meio à Guerra da Coreia (1945-1950), e eram oriundas, sobretudo, do Japão e Estados Unidos - países que, respectivamente, infringiu aos coreanos um regime colonial e participou, de forma indireta, no conflito armado travado entre a Coreia do Norte e a Coreia do Sul, no contexto macro da Guerra Fria.

Nesse período, a indústria audiovisual do país ainda estava se estruturando e poucos filmes nacionais foram produzidos. Uma exceção, entretanto, foi a produção intitulada *Viva Freedom!* de 1946, de *Choi In-Kyu*⁹, que criou o primeiro longa-metragem sul coreano após o fim da colonização japonesa. O longa narra a forma como se deu a libertação da Coreia. Além de ter sido bem recebido pelo público, a

⁹ Choi In-Kyu foi um cineasta coreano que faleceu em 1950. Foi uma figura pública que teve seu reconhecimento através de suas produções audiovisuais, as quais retratavam a realidade dos indivíduos e vida contemporânea coreana. O cineasta treinou diretores como Hang Hyung-Mo e Shin Sang-Ok que posteriormente tornaram-se mestres do realismo, liderando o cinema contemporâneo de seu país.

produção audiovisual auxiliou no resgate de sentimentos nacionalistas entre a população.

Figura 13 - Pôster alternativo do longa-metragem Viva Freedom! (1946)



Fonte: Wikipédia, 2024

Entretanto, o referido filme estreou nos cinemas locais de forma incompleta, com significativa perda de narrativa, pois o país vivia as tensões entre a parte norte e sul. A indústria cinematográfica (agora sul coreana) somente vai consolidar-se, de fato, após a separação das duas regiões da Coreia com o Acordo de Armistício realizado pelas Nações Unidas no ano de 1953. Quando o governo provisório da Coreia do Sul se estabeleceu sob a liderança de Syngman Rhee, primeiro e último presidente eleito nesses moldes, iniciou-se um processo de incentivo à indústria audiovisual. Na ocasião, foram efetuadas a isenção de impostos e o incentivo financeiro para as produções de cunho nacionalista - que se beneficiaram de novas tecnologias e meios de distribuição disponibilizados pelo governo.

Dessa forma, o campo cinematográfico na Coreia do Sul conseguiu renascer no final da década de 50, sobretudo entre os anos de 1955 e 1960. O período é conhecido como a "Era de Ouro Sul-Coreana" onde muitos filmes eram produzidos e o retorno financeiro era visível. De acordo com Marc Raymond (BBC News, 2020), professor do Departamento de Comunicação da Universidade Kwangwoon de Seul,

as autoridades buscaram criar um novo cinema nacional com filmes que tratam das questões sociais e políticas que ocorrem no país. Assim, o cinema sul-coreano cresceu gradualmente e se tornou mais respeitado até que, no início do século 21, passou a fazer filmes de sucesso que competem domesticamente com Hollywood.

O governo sul coreano e suas medidas contribuíram para transformar a produção cinematográfica de seu país em algo promissor. Entre as ações, a que mais sobressaiu foi o sistema de cotas para filmes nacionais. Criado em 1966, ele previa um mínimo de dias nos quais seria exibido às produções originais do país e progressivamente foi ampliado até atingir 146 dias. A medida vigorou de 1985 até 2006.

Após o período militar (1950- 1953), um conselho cinematográfico foi criado, além de uma academia de cinema e um local de arquivamento dos produtos do cinema coreano, o chamado *Korean Film Archive* (KFA), valorizando, assim, o setor através de financiamento público da produção e distribuição dos filmes.

Após a indústria cinematográfica sul-coreana ter logrado visibilidade e prestígio, considerando seu desenvolvimento nos anos que representaram a era dourada do seu cinema, em 1961 foi criado o Centro Nacional de Produção Cinematográfica (NFPC) incentivando ainda mais a produção de filmes nacionais, o que ocasionou na diminuição da dependência de filmes estrangeiros. Em 1973, para reforçar o desenvolvimento da indústria cinematográfica do país, o governo sul-coreano criou a *Korean Motion Picture Promotion Corporation* (KMPPC) ou *Korean Film Council* (organização autoadministrada pelo governo da Coreia do Sul), com o objetivo de aumentar a produção cinematográfica local e conter a concorrência estrangeira.

Com tantas ações e incentivos, foi uma questão de tempo a realização de muitos filmes sul-coreanos que se tornaram referência na área no cinema mundial e que consolidaram a Coreia do Sul como potência cinematográfica. Entre estes filmes, estão "*The Housemaid*" (1960), considerado um dos melhores filmes já realizados no país, "*The Insect Woman*" (1963) e por fim "*Woman Of Fire*" (1971).

Figura 14 - Pôster alternativo filme *Woman Of Fire* (1971)



Fonte: My Drama List, 2021

A popularização do cinema foi crescente e empresas como *Samsung* e *Hyundai* passaram a investir em tais produções cinematográficas ao perceber a sua lucratividade. O público também auxiliou nessa construção, criando festivais de cinema locais, como por exemplo, o conhecido festival de Busan, um dos mais importantes na Ásia. Com a possibilidade de exibir suas produções em festivais, novos cineastas foram surgindo na cena sul-coreana.

As produções que se destacaram internacionalmente desde o início dos anos 2000 foram: “*Oldboy*” (2003), baseado no mangá japonês criado por *Minegishi Nobuaki* e *Tshichiya Garon*; logo em seguida o filme “*O Hospedeiro*” (2006); e mais recentemente “*A Criada*” (2016), “*Em Chamas*” (2018) e o premiado filme “*Parasita*” (2019) vencedor do Oscar 2024 com indicação de seis categorias, mas vencendo em três como: roteiro original, diretor e filme estrangeiro. Ele, por sinal, foi a primeira produção não falada em inglês a ganhar a estatueta para melhor filme, dirigido pelo famoso diretor *Bong Joon Ho*, com a participação dos atores *Song Kang-Ho* e *Woo-sik Choi*.

Figura 15 - Diretor Bon Jong Ho junto ao elenco do filme Parasita (2019) durante a cerimônia do Oscar em 2020



Fonte: Forbes, 2020 | Foto: Matt Petit / AFP

Figura 16 - Pôster alternativo filme Parasita (2019)



Fonte: Adoro Cinema, 2019

Essas criações cinematográficas não somente conquistaram o mercado internacional, como também prêmios mundo afora, atraindo a atenção para o produto audiovisual da Coreia do Sul. Quem se beneficiou diretamente disso foram os K-dramas, que foram criados em 1950 e tiveram sua primeira série exibida na televisão local em 1962. Com um enredo histórico nomeado "*Gukto Manri*" e dirigido por *Kim Jae-hyeong*, o K-drama de estreia retratou a era *Goryeo* em seu enredo. Vale ressaltar

que nessa década os televisores eram limitados, sendo adquirido apenas por famílias ricas, não possibilitando uma maior audiência - situação bem diferente de hoje, que podem ser vistas por vários tipos de aparelho eletrônico.

4.2 O advento dos K-dramas

Os *K-dramas* sul-coreanos, tornaram-se muito populares em todo o continente asiático por apresentar um vasto leque de gêneros - com destaque para histórias de amor, dramas existenciais e enredos históricos. As primeiras histórias de *K-dramas* foram transmitidas por rádio na Coreia, ainda na década de 1920, durante o período colonial. Nesse período, menos da metade da programação era em língua coreana, pois a língua mais presente nos meios de comunicação era do país invasor, isto é, o Japão.

O primeiro *K-drama* oficialmente lançado foi "*Backstreet of Seoul*", em 1962. Porém, ele apresentava um formato muito diferente de como um *K-drama* é hoje e como conhecemos, pois retrata a história de acordo com as orientações do governo militar da época. Na verdade, podemos dizer que se tratava mais de uma palestra do que uma história propriamente dita, pois não apresentava uma sequência de imagens que formasse uma ideia.

Em 1997, a emissora chinesa CCTV transmitiu o *K-drama* "*What is Love*" (1996) e a aceitação do público foi grande a ponto de levar a atração ao segundo lugar no ranking de conteúdos transmitidos e exportados de todos os tempos. Outro título que liderou os índices de popularidade nesse período foi *Wish Upon a Star* (1997).

Esse momento de expansão do *K-drama* é visto como o início da *Hallyu Wave* fora das fronteiras sul-coreanas. De acordo com Joo (2011, p. 492), "os dramas coreanos representaram mais de 25% de todos os dramas estrangeiros em 2003 e 2004 na China". O *K-drama* "*Winter Sonata*" (2002), exibida pelo canal KBS¹⁰, ao unir amor e músicas memoráveis com o conjunto de paisagens deslumbrantes da Coreia do Sul, conquistou tantos fãs mundo afora que cativou o primeiro-ministro japonês *Koizumi Junichiro* que em um momento brincou dizendo que o protagonista da série

¹⁰ KBS (*Korean Broadcasting System*), trata-se de um canal de televisão que transmite entretenimento, como programas de teatro e os *K-dramas*. É semelhante a BBC One no Reino Unido, NPO na Holanda e TVNZ na Nova Zelândia.

era mais popular que ele na época. Foi o primeiro drama sul-coreano que influenciou, de fato, as tendências de moda, músicas e modos de agir.

Figura 17 - Pôster alternativo K-drama What is Love (1996)



Fonte: AsianWiki, 2024

Figura 18 - Pôster alternativo K-drama Wish Upon a Star (1997)



Fonte: Wikipédia, 2024

Já o *K-drama* “*Winter Sonata*” (2002), ao propagar o “amor ideal”, se popularizou de tal maneira que logo se transformou numa febre geral entre os japoneses, sobretudo entre as mulheres. O público japonês e o envolvimento com este *K-drama* foi tão intenso que a emissora que o transmitia teve que retransmiti-lo mais quatro vezes, incluindo uma edição especial. Isso foi algo inédito, que nunca tinha acontecido com nenhum produto televisivo japonês.

O drama possibilitou o impulsionamento para arrecadação fiscal sul-coreana através da venda dos *royalties* para a transmissão no Japão, o que acabou gerando a promoção de mais afeição pela cultura sul-coreana através do meio televisivo japonês. Além de trazer efeitos positivos para ambos os países, a repercussão do *K-drama* tornou-se rentável em termos econômicos, pois todos os produtos relacionados ao programa tornaram-se desejados pela audiência consumidora.

Ademais, o *K-drama* “*Winter Sonata*” (2002) ficou eternizado com uma estátua de bronze localizada em um parque que foi uma das locações para as filmagens, na ilha de Namiseom, Coreia do Sul, que retrata o reencontro do casal principal da trama - *Joon-Sang* e *Yoo-Jin*.

Figura 19 - Estátuas em homenagem ao K-drama Winter Sonata (2002)



Fonte: Jurnal Soreang Pikiran Rakyat, 2019

Segundo o KOCIS¹¹, o *K-drama* em questão, foi responsável por impulsionar 84 milhões de won no turismo sul coreano. A grande procura de turistas em conhecer os locais de filmagem foi tão intensa que levou a KBS, juntamente com os órgãos públicos da região, em manter a ilha dentro de um pacote turístico específico para os fãs. Isso nos leva a refletir como uma produção audiovisual pode se tornar popular a ponto de ser homenageada e converter-se em local de turismo frequentado tanto pelo público sul-coreano como também oriundo do exterior, tornando-se um patrimônio cultural.

¹¹ KOCIS (Sistema de Informação de Cultura Coreana) é uma agência governamental ligada ao Ministério de Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul.

O *K-drama* “Winter Sonata” (2002) foi, inclusive, precursor na questão de introduzir o *Hallyu Wave* e sua cultura no Japão, o que futuramente auxiliou na inserção de outros elementos da cultura coreana naquele país.

Figura 20 - Pôster alternativo *K-drama* Winter Sonata (2002) com o casal principal que deu vida às estátuas de bronze



Fonte: Real Asian Beauty, 2011

Com o sucesso obtido no Japão, a Coreia do Sul passou a enxergar os *K-dramas* como um mecanismo importante para sua política externa. O que antes era transmitido apenas em canais da região, agora passaram a ser exportados para outros países com base nas ações de incentivo e políticas culturais do governo. Nos anos que se seguiram desde a criação dos *K-dramas*, as produções passaram a investir cada vez mais em enredos delicados, não somente romances, mas que tratassem de questões envolvendo problemáticas humanas, questões mentais, morais e que transmitissem reflexões sobre a vida. Tais dramas sul-coreanos conquistaram, então, um público que ansiava por produções com enredos que retratassem histórias profundas e não superficiais.

Se antes o público asiático era ávido consumidor dos produtos audiovisuais hollywoodianos, com o advento dos *k-dramas* lograram um espaço no mercado regional que nenhuma outra produção asiática tinha conquistado antes. Um levantamento da Kofice (Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural

Internacional), aponta que exportações ligadas a conteúdos produzidos pela Coreia do Sul atingiram US\$11,69 bilhões no ano de 2023, incluindo a indústria de *K-dramas* e o setor de games. O interesse pelo país se deve muito aos seus produtos culturais, que provocaram uma grande mudança na forma de consumir criações audiovisuais em nível global.

4.3 Distribuição dos K-dramas e sua influência internacional

A Coreia do Sul é apontada como um case de sucesso recorrente nos exemplos que tange modelos de sucesso na indústria cultural, criativa e musical, com resultados realmente tangíveis e consideráveis para sua economia local. Entretanto, no capítulo anterior, foi observado que a península coreana, por muitos séculos, foi uma região sob forte influência cultural, política e social de seus vizinhos, China e, sobretudo, Japão, e que só conquistou visibilidade no sistema internacional após a separação entre as Coreias e, posteriormente, quando investiu em sua indústria cultural. Se hoje temos uma demanda gigantesca e apreciação pela gastronomia e produtos alimentícios sul-coreanos, isso se deve unicamente ao exercício de sua influência através do meio televisivo e midiático.

Em 2022, a série sul-coreana *Round 6* tornou-se a primeira série, sem ser em língua inglesa, a vencer a categoria mais importante do Emmy. Como citado anteriormente, o filme *Parasita* (2019) alcançou um grande êxito pelas conquistas no Oscar, algo jamais alcançado com outro filme estrangeiro. No cenário musical, além dos grupos de *K-pop* já citados, existem os próprios cantores de *K-pop*, popularmente conhecidos como *Idols*¹², que pouco a pouco começaram a ser inseridos na indústria de *K-dramas* com o intuito de atrair os fãs musicais para os *streamings*.

Com isso, a indústria de produtos de maquiagem sul-coreana também foi beneficiada com o sucesso da *Hallyu*, pois a estética dos atores também provocou mudanças no padrão de beleza internacional - que antes era influenciado em sua totalidade pelos traços ocidentais.

A popularidade das produções sul-coreanas e seus *K-dramas* parecem não ter diminuído com o tempo, pois, segundo Lobato (2019), nota-se cada vez mais

¹² Idols é um termo popularizado na Coreia do Sul que se refere também à palavra ídolo ou mesmo celebridade, e identificam os(as) cantores(as) de K-pop. O Idol trabalha associado a uma agência que promove ele e passam por treinos muito técnicos e minuciosos para mudança de visual para que assim, os grupos musicais sejam formados e agrade ao público.

produções exibidas em serviços de streaming como, por exemplo, a Netflix. Isso significa que a disseminação da boa imagem da Coreia do Sul vai perdurar muito tempo, logrando o que Nye (2004) intitula como *soft power*, isto é, um poder brando que se consegue por meio da atração cultural. O *K-drama* intitulado Beleza Verdadeira (2020), por exemplo, possui a narrativa voltada a procura da beleza perfeita e cuidados com a pele com produtos e maquiagens coreanas. Abaixo segue uma cena do *K-drama* referido com o protagonista Cha eun-woo.

Figura 21 - Cha eun-woo, Idol da banda de K-pop masculina chamada Astro e também ator do K-drama Beleza Verdadeira (2020) na Netflix



Fonte: Wowkeren, 2024

De acordo com Cha e Pardo (2023), os resultados alcançados pela Coreia do Sul ao incentivar a produção de filmes, programas, séries e novelas para posteriormente serem lançados nas plataformas de *streaming* inspiram, inclusive, muitos países asiáticos. Para isso, o governo sul-coreano conseguiu estabelecer uma conexão entre o setor da cultura e o segmento responsável pelos investimentos e finanças do país.

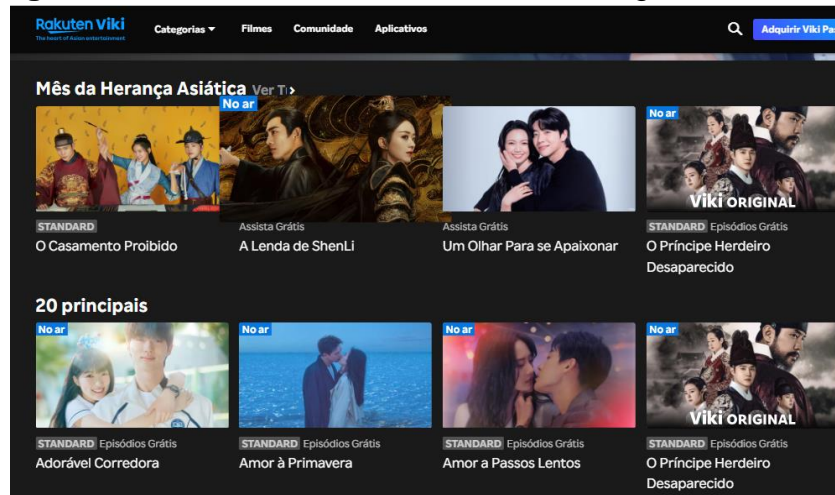
A economia da cultura é uma das mais promissoras do mundo, pois é dinâmica, rápida e com menos tendência a decrescer, já que apresenta um crescimento vertiginoso mesmo em momentos de crise (GARCIA CANCLINI, 2000). No caso dos *K-dramas*, eles serviram como porta de entrada para as pessoas conhecerem melhor o elemento mais rico e básico da Coreia do Sul, sua cultura e idioma, assim como expressões cotidianas, honoríficos, formalidades, tradições e visões de mundo

tipicamente orientais - como, por exemplo, o quanto prezam e valorizam a idade e a experiência de uma pessoa e o respeito à família como algo primordial.

Os *K-dramas* englobam vários estilos aos seus traços culturais, criando um produto novo. Eles conquistaram o Japão, a China e vários países do Ocidente, sobretudo, a partir do final de 2007, quando a *Hallyu Wave* atravessou uma mudança significativa com a adesão às mídias digitais e às plataformas de smartphones. Segundo Jin (2012), nessa nova fase, os *K-dramas* e a indústria de música *K-pop* foram as principais beneficiadas, pois se disseminaram entre os jovens de todos os continentes por serem o público que passa mais tempo conectado à Internet.

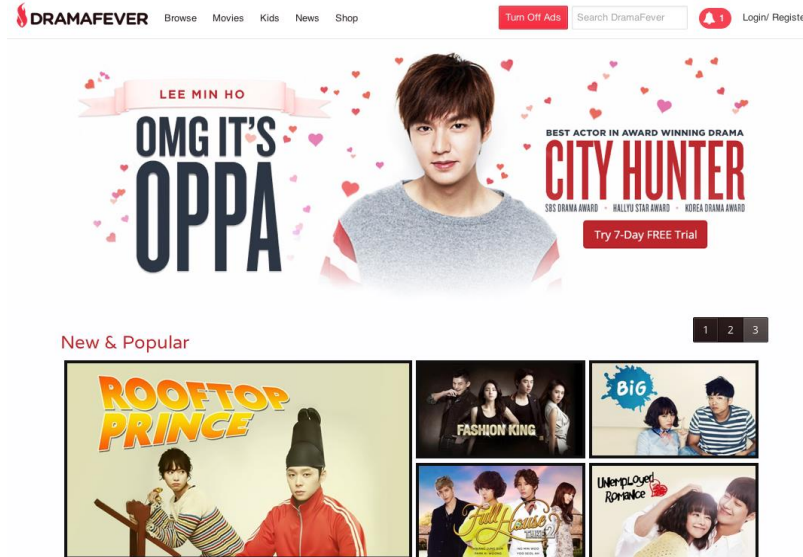
A década de 2000, inclusive, foi determinante para a popularização dos *K-dramas*. Atrizes como Lee Young-ae e Kyeon Mi-ri consolidaram suas carreiras internacionais ao estrelarem a *K-drama Jewel in the Palace* - que até maio de 2011 teve os seus direitos de exibição vendidos para 87 países e exportados para outros 20. A alta demanda por séries sul-coreanas foi crescendo a ponto de serem criados sites apenas para exibi-las. São os casos de *Hulu*, *DramaFever* e *Rakuten Viki*.

Figura 22 - Site Rakuten Viki exibindo catálogo de *K-dramas*



Fonte: Rakuten Viki, 2024

Figura 23 - Site DramaFever exibindo catálogo de K-dramas



Fonte: DramaFever, 2024

Além de existir esses sites com a possibilidade de acompanhar o drama sul-coreanos, fãs e admiradores da cultura sul-coreana tiveram a iniciativa de criar seus próprios sites ou mesmo blogs para discutir e divulgar seus *K-dramas* prediletos. Muitos deles, inclusive, traduziam e colocavam as legendas nos vídeos, fazendo todos os ajustes necessários para popularizar seu gênero predileto. Essas bases de fãs que realizavam essa divulgação foram intituladas como “*Fansubbers*”, como popularmente é conhecida até hoje. Essa comunidade unida se apropria das produções e a compartilha por meio de *links* para outros fãs fazerem *downloads* desses produtos.

Há uma vasta lista de sites promovidos por “*Fansubbers*” brasileiros (anexo A), onde é possível encontrar *K-dramas* de todo tipo.

Esses grupos de fãs foram fundamentais para a distribuição e consequente popularização dos *K-dramas* na década de 2000. Foi nessa época que surgiram os *K-dramas* que ficaram na história audiovisual da Coreia do Sul e que geraram comoção entre os fãs. *K-dramas* como *Autumn in My Heart* (2000), *Jewel in the Palace* (2003), *Coffee Prince* (2007) e *Boys Over Flowers* (2009) foram responsáveis por gerar uma onda de admiradores da cultura sul-coreana.

Figura 24 - K-drama Jewel in the Palace (2003)



Fonte: Korea Net, 2014

Figura 25 - K-drama Coffee Prince (2007)



Fonte: Wiki Drama, 2012

Os *K-dramas* acima citados tem como principal ponto de semelhança os enredos envoltos de sentimentos e histórias que fazem com que o público se identifique e sinta as emoções dos personagens, traçando um vínculo entre o telespectador e o enredo apresentado. No Brasil temos as novelas que retratam a vida cotidiana brasileira e suas características, e assim como ocorre com essas produções, os *K-dramas* sul-coreanos fazem alusão à sua sociedade, trazendo aspectos típicos do país asiático que pouco a pouco o público internacional começou a se acostumar e entender. Atualmente, com as plataformas de *streamings* liderando os meios de entretenimento e a quantidade significativa de pessoas que costumam assistir *K-*

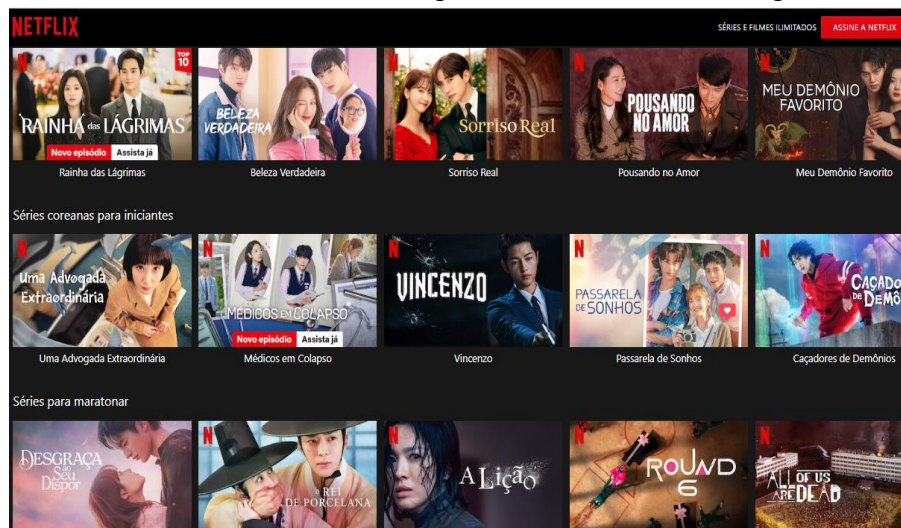
dramas, plataformas como a *Netflix* inseriram dezenas de títulos em seu catálogo, apostando alto na importação de produtos audiovisuais sul-coreanos.

Mesmo diante de muitas diferenças culturais, a população brasileira se destaca no consumo de tais produções sul-coreanas. O Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul realizou uma pesquisa que informa que no segundo semestre de 2020, o Brasil foi o terceiro país que mais deu audiência aos dramas, atrás apenas da Malásia e da Tailândia (RODRIGUES, 2023).

Com o surgimento das plataformas de *streamings*, o consumo foi ainda mais impulsionado, chegando em pessoas que nunca ouviram falar em *K-dramas* e se arriscaram a assistir para ver do que se tratava só porque estava disponível no catálogo. Chung (2011, p. 42) explica que os dramas sul-coreanos oferecem entretenimento seguro e “muitos fãs leais das novelas coreanas falam sobre sua afeição por romances no estilo coreano”, misturando os enredos sentimentais e que trazem a vida cotidiana de uma forma mais intrusiva e reflexiva, quase detalhista nos sentimentos.

Entre as plataformas de *streamings* que se destacam temos a conhecida *Netflix*, serviço online de *streaming* norte-americano, lançado em 2010, e que hoje possui mais de 190 produtos sul-coreanos disponibilizados em seu catálogo brasileiro. Em 2023, a própria *Netflix* divulgou que iria investir US\$2,5 bilhões em entretenimento sul-coreano, e o valor deve ser distribuído nos próximos quatro anos seguintes. Inclusive, ela planejava produzir 34 obras originais no ano de 2023 (FERNANDES, 2019).

Figura 26 - Plataforma de Streaming Netflix exibindo catálogo de K-dramas



Fonte: Netflix, 2024

Vários K-dramas alcançaram milhões de acessos. Entre elas, destaque para o *K-drama All of Us Are Dead* (2022), baseado em uma *webtoon* de apocalipse zumbi e *Pretende Surpresa* (2022) com 1,5 milhão de buscas mensais médias. Outros *K-dramas* que continuam com constância nas buscas mesmo após seu lançamento são: *Beleza Verdadeira* (2020), *Tudo Bem Não Ser Normal* (2020), *Vincenzo* (2021), *Alquimia das Almas* (2022) e *Meu Demônio Favorito* (2023). Estes são exemplos de *K-dramas* que lograram popularidade até os dias atuais.

Figura 27 - Principais K-dramas de sucesso do serviço de streaming Netflix da esquerda para direita *Round 6* (2021), *All of Us Are Dead* (2022), *Pretendente Surpresa* (2022), *Beleza Verdadeira* (2020), *Tudo Bem Não Ser Normal* (2020), *Vincenzo* (2021), *Alquimia das Almas* (2022) e *Meu Demônio Favorito* (2023)



Fonte: Adoro Cinema, 2024

Devido a esse sucesso de público, as produções sul-coreanas estão sendo alvos de investimentos de outras plataformas como a *HBO Max* e a *Disney Plus*, que buscam atender uma alta demanda por esse tipo de série. Elas cativam o público por apresentarem um enredo que narra a vida cotidiana de uma forma leve e romântica. Em outras ocasiões, o *K-drama* envolve melancolia e histórias de épocas antigas da

história da Coreia do Sul, incluindo a Dinastia *Goryeo* (918-1392) e a Dinastia *Joseon* (1392 e 1897), que fazem parte da história clássica da península e é citada em *Alquimia das Almas* (2022).

Figura 28 - Plataforma de Streaming Star Plus Disney



Fonte: Star Plus Disney, 2024

Com tantas histórias românticas, históricas e de fantasia, capazes de mexer com a imaginação do telespectador e transportar para uma realidade paralela, algumas pessoas podem até se projetar nestes cenários. É o que afirma a neuropsicóloga Gardenia Pereira, que produz conteúdo em suas redes relacionando sua profissão com os assuntos abordados nos *K-dramas*. Numa reportagem do Jornal O Casarão, ela afirma que os *K-dramas* são “um forte instrumento terapêutico” e se tornaram um hobby. Segundo ela, as tramas se convertem em algo “além de uma válvula de escape, já que o *hobby* geralmente influencia a vida de um indivíduo de diferentes maneiras: alivia o estresse, melhora a criatividade, cria conexões com outras pessoas, constroi um tempo de qualidade consigo mesmo”. A neuropsicóloga acredita que o formato dos dramas sul-coreanos se assemelha ao das novelas. “É algo que nos é familiar. E isso por si só já torna o entretenimento uma atividade instigante e prazerosa” (RODRIGUES, 2023).

Isso fica explícito se tomarmos por exemplo o *K-drama Goblin* (2017), que possui como base de seu enredo a vida passada do personagem principal que era um antigo guerreiro e general no exército na Dinastia *Goryeo* (918-1392). Apesar de morrer na trama, ele logo retorna à vida para receber um castigo divino e transforma-se em um *Goblin*¹³ imortal, responsável por proteger almas humanas. Ao observar a trama, percebe-se que o público tem a oportunidade de entender a história da Coreia através dessas produções e apreciar sua cultura e tradicionalismo.

Figura 29 - K-drama *Goblin* (2017)



Fonte: ramaorientalfansub.tv, 2024

Assim como *Goblin* (2017), o *K-drama Alquimia das Almas* (2022) explica muito bem a história da Coreia, suas raízes e vestimentas de época, aprofundando a era medieval, com lutas, espadas e magia, novamente aqui trazendo a historicidade e fantasia ao enredo. Após o seu lançamento, *Alquimia das Almas* (2022) ficou 18 semanas no top 10 de séries de língua não-inglesa na plataforma *Netflix*.

¹³ *Goblin* ou *dokkaebi*, trata-se de uma criatura mitológica da história coreana e possui habilidade e poderes que o fazem interagir com humanos, ajudá-los ou pregar peças. Nesta última característica se assemelha ao *Loki*, Deus da mentira e travessuras, personagem mitologia nórdica.

Figura 30 - K-drama Alquimia das Almas (2022)



Fonte: Olhar Digital, 2023

Os *K-dramas*, além de retratar imagens da península de algumas décadas atrás e mostrar a trajetória histórica da Coreia do sul - de país agrário à Tigre Asiático , há uma intenção de convencimento do público sobre as potencialidades do país, pois o modo de vestir a agir de personagens são apresentados como modelos que podem ser copiados pela audiência, seja no como de se vestir ou de se maquiar, tornando-se atrativo até mesmo seus acessórios, cortes de cabelos, gestos e cuidados com a pele.

A Coreia do Sul além de tornar-se um símbolo de país *cool* por sua cultura, tem como força a moda - chamada de *K-style*, que faz a junção de referências de roupas urbanas e casuais, que muito se vê nos *K-dramas*, possibilitando criatividade ao montar o visual, conhecido pela autenticidade e versatilidade dos sul-coreanos quanto às roupas. Conseguimos visualizar isso muito bem nos *K-dramas Romance is a Bonus Book* (2019) e *Beleza Verdadeira* (2020).

Figura 31 - K-drama Romance is a Bonus Book (2019)



Fonte: Conteúdo Uol, 2019 e Blogger Confissões Femininas,2019

Figura 32 - K-drama Beleza Verdadeira (2020)



Fonte: Netflix, 2024

O vestuário destaca-se por ser minimalista, clássico e com cores neutras, sem nada chamativo no que tange a cores mais vivas ou destacadas como neon. Para o público feminino acaba sendo uma moda casual e prática de se vestir. No quesito moda masculina, os homens coreanos têm um padrão de beleza peculiar, em que se valoriza a delicadeza dos traços e das roupas. O vestuário dos personagens de *K-dramas* vai se refletir, também, nos fãs, que vão começar a consumir as marcas vestidas pelos atores.

Por conta disso, a Coreia do Sul tornou-se nos últimos anos uma referência importante no que diz respeito a moda, beleza e comportamentos. Inicialmente especializou-se em um nicho específico de fãs, mas hoje já transcende diferentes públicos e mesmo aqueles que não se identificam com os produtos da indústria de moda sul-coreana através dos *K-dramas* acabam sendo atingidos de alguma forma pela visibilidade global que essas séries possuem.

A *Seoul Fashion Week* cresce a cada edição e já é vista como uma das grandes semanas de moda fora do circuito europeu. Com a popularidade da moda sul-coreana inserida nos *K-dramas* e espalhando-se rapidamente, muitas lojas virtuais como a *Shein* vão seguir a *Hallyu Wave* e introduzir em seu catálogo inspirações de roupas sul-coreanas, além de redes sociais também serem atingidas e compartilhar vídeos que os fãs fazem experimentando roupas e tutoriais de maquiagens, coreografias e composições de *looks* baseados nas séries. Há uma marca específica da *Shein* nomeada *Dazy* onde é possível encontrar looks do gênero coreano.

Figura 33 - Site de compras Shein, catálogo marca Dazy

SHEIN Bolsa

Categorias ▾ Novo em Envio nacional Promoção Roupas femininas Calçados Crianças Roupas masculinas Casa & Cozinha Curvas Joias E Acessórios Lingerie & pijamas Beleza e saúde Bolsas e malas Esportes e ao ar

Dazy
COMPRA AGORA

SEM ESFORÇO • LEGAL • GLAM

DAZY oferece estilo acessível e versatilidade para construir o guarda-roupa definitivo. Use sua confiança exatamente do jeito que você escolher.

Classific. Recomendar ▾ Casual Simples Manga Comprida Pulôveres Manga Curta Gola Redonda Solto Slim Fit Algodão Longo

PROMOCÃO IMPERDÍVEL Save R\$25,84
Dazy-Less Calça De Terno Com Cintura ...
#1 Melhores Vendas in Calça de terno femi...
R\$141,91 -15%

PROMOCÃO IMPERDÍVEL Save R\$10,18
DAZY Shorts Com Fenda E Barra Sólidos
★★★★★ (1000+)
R\$57,72 -15%

PROMOCÃO IMPERDÍVEL Save R\$6,90
Dazy Star Camiseta De Manga Curta Em ...
★★★★★ (1000+)
R\$39,09 -15%

PROMOCÃO IMPERDÍVEL Save R\$14,83
DAZY Saias sólido camada de babado ba...
★★★★★ (1000+)
R\$84,07 -15%

DAZY Shorts De Perna Larga Plissados ...
3 1k+ vendidos recentemente
R\$122,95

Dazy Dazy Dazy Dazy Dazy

Fonte: Shein, 2024

Lojas de vestuário brasileiras como a *Renner* também lançaram coleções baseadas na onda sul-coreana, aproveitando a oportunidade de vender suas roupas no formato e mesmo estilo coreano que chama tanta atenção. Uma jogada que envolve tanto a publicidade quanto a atração do público fã dos *K-dramas*. No blog da *Renner* é possível ver vários conteúdos sobre as composições de looks, tendências em alta e moda coreana.

Figura 34 - Blog Lojas Renner

estilo renner IR PARA LOJA VIRTUAL PESQUISA Q

MODA BELEZA LIFESTYLE MODA RESPONSÁVEL

Moda coreana: desvendamos os principais looks da tendência

Annyeonghaseyo! Ops, estamos com o pensamento lá do outro lado do mundo. Você já deve ter percebido que a moda coreana está em alta, né? Afinal, qual fã da cultura coreana nunca se encantou com os looks incríveis dos personagens de séries ou os visuais estilosos dos artistas do K-pop?

Pois é, o estilo coreano conquistou o lado de cá do planeta com suas influências que vão do streetwear ao preppy, proporcionando um visual despojado e ao mesmo tempo elegante. Mas quem caiu de paraquedas nesse universo pode se sentir confuso com tantas referências novas.

Calma, se você tem curiosidade de descobrir mais sobre esse estilo, está no lugar certo! Neste guia, vamos explorar o que faz a moda coreana ser tão especial, quais são as tendências em alta e como criar looks incríveis. Prepare a sua coreografia preferida e venha com a gente!

Afinal, de onde veio a popularidade da moda coreana?



estilo renner IR PARA LOJA VIRTUAL PESQUISA Q

MODA BELEZA LIFESTYLE MODA RESPONSÁVEL

Quais são os diferentes estilos da moda coreana?

Agora, para explorarmos as tendências da moda coreana, precisamos entender que ela é incrivelmente versátil, oferecendo uma variedade de estilos para atender a diferentes gostos. Vamos dar uma olhada nos principais que estão em alta e como incorporá-los ao seu guarda-roupa.

Street style coreano

Para começar, o street style coreano é marcado por peças confortáveis e descontraídas, como camisetas e bermudas oversized. Para elevar esse visual, acessórios, como o chapéu bucket, são o segredo.

COMPRE O LOOK



Looks com saia plissada

O estilo preppy coreano é uma interpretação moderna da clássica versão de looks colegiais da cultura norte-americana. Para aderir a esse visual, invista em peças como cardigãs, camisas com laços e sapatos oxford. A saia plissada em comprimento mini é um elemento essencial desse estilo, dando um toque romântico e delicado ao visual.

COMPRE O LOOK

Fonte: <https://blog.lojasrenner.com.br>, 2023

Os designers de moda da Coreia do Sul sabem extrair o melhor de sua cultura e utilizá-la em suas coleções de moda. Valorizam muito a inovação e a novidade - como vemos em seu investimento na indústria cultural - e gostam de exibir o seu

diferencial nos espaços de mídia, sobretudo depois da popularização dos K-dramas, que os potencializou.

4.4 O K-drama como mecanismo de atração da Coreia do Sul

Contudo, a onda sul-coreana vai muito além da moda apresentada nos *K-dramas*. Ela inclui diversas expressões culturais próprias do país como, por exemplo, o gesto de se fazer coração com os dedos, atualmente muito replicado entre jovens e adultos de todo o mundo. Esse gesto que une o indicador e o polegar representa o amor e carinho por algo ou mesmo alguém e é uma forma popularizada de representação de afeto na Coreia do Sul, e que ganhou fama graças ao *K-drama* e *K-pop*.

A adoção da cultura se manifesta de forma inicialmente exploratória, mas que conforme segue o ritmo, acaba cedendo a popularização e é absorvida de forma subliminar. Sobre isso, Nye (2004) afirma que o recurso de *soft power* é mais eficaz em casos em que há similaridade cultural entre os países. Hoje, após o êxito do *K-drama* em países como o Brasil - que antes não possuía laços culturais com o país asiático -, já se disseminou comportamentos, gestos e elementos estéticos, o que acaba tornando um produto como o *K-drama* com grande potencial de atração, sobretudo entre os mais jovens.

Figura 35 - Da esquerda para a direita: uma das cenas do *K-drama* *Pousando no Amor* (2019) onde mostra o gesto de fazer corações com os dedos e a publicação da marca Docile com a skatista brasileira Rayssa Leal replicando o gesto



Fonte: k4us.com.br, 2024 | Instagram Docile, 2023

Com isso, referências da vida cotidiana sul-coreana - como gestos e combinações, assim como elementos como moda e educação - conseguem obter receptividade de públicos estrangeiros e conseguem, conseqüentemente, influenciar ou persuadir outros países a enxergar a Coreia do Sul como um país, amigoso, amistoso e que compartilha valores comuns. A visita que a banda musical sul coreana BTS realizou na Casa Branca nos Estados Unidos ao presidente na época Joe Biden no dia 31 de maio de 2022 destaca como os gestos sul coreanas são facilmente possíveis de propagar.

Figura 36 - Grupo de K-pop BTS com o presidente dos Estados Unidos em visita à Casa Branca



Fonte: k4us.com.br, 2024 | Foto: HYBE/reprodução

O investimento na indústria cultural de *K-dramas* se fez um próspero propulsor para configurar esse produto audiovisual como uma ferramenta de *soft power* eficaz e inteligente, cabendo nela a atratividade em que se apresenta para o público internacional, uma estratégia em que vemos nas relações públicas internacionais em como saber utilizar a imagem positiva a favor dos interesses de um país.

Aqui podemos refletir nos efeitos positivos para a imagem da Coreia do Sul através, também, do seu público consumidor que faz o trabalho de compartilhar esses costumes para mais pessoas. Jung (2009) fala que o interesse dos públicos pelos *K-dramas* pode estar relacionado com traços híbridos e transnacionais, chamando a *Hallyu Wave* de “multicamadas” e “multidirecional”: o primeiro sendo representado

pelas inserções que formam o produto final, e o segundo tratando da forma como os *K-dramas* atingem muitos públicos através das variadas reproduções audiovisuais que logram a identificação da audiência.

A eficácia do *soft power*, segundo Nye (2004), é medida pela mudança de comportamento do outro. Isso pode-se ser atestado, por exemplo, entre os públicos consumidores e admiradores dos *K-dramas* no Brasil, que criam eventos dedicados à animes e *K-dramas* como o *Anime Buzz* do Rio Grande do Sul e o *Anime Friends* de São Paulo. Eles incluem em seu repertório de programação tendas de vendas com produtos sul-coreanos e comidas típicas, ou mesmo a IYF, uma organização não governamental que promove eventos da cultura sul-coreana em Porto Alegre (Rio Grande do Sul).

Figura 37 - Perfil Instagram do evento IYF Porto Alegre



Fonte: Instagram IYF Porto Alegre, 2024

O IYF, evento sediado em Porto Alegre, dá vida a uma incursão no mundo sul-coreano dentro de um evento, normalmente sediado em escolas ou espaços institucionais na capital gaúcha, mas sem um lugar fixo. A programação conta como a sua principal atração o “Festival do *K-drama*,” onde é possível vislumbrar a decoração nacionalista da região de origem, abertura de discussões sobre *K-dramas* com fãs e adoradores das histórias. Também é possível aproveitar a culinária e degustar de várias comidas típicas, assim como aprender a cozinhar estas mesmas

comidas em oficinas específicas. A organização do evento também promove o intercâmbio na Coreia do Sul.

Figura 38 - Perfil Instagram do evento IYF Porto Alegre



Fonte: Instagram IYF Porto Alegre, 2024

Visto isso, e com o apoio dos capítulos anteriores, consegue-se ter um bom repertório do quanto a cultura sul-coreana influencia a comunidade internacional e se difunde rapidamente, também, com o auxílio dos seus públicos consumidores. Isso só mostra que o aumento da influência da cultura sul-coreana é um reflexo também do planejamento e investimento governamental daquele país na sua indústria cultural, fazendo com que o *soft power* passe a ser uma política de Estado (JANG e PAIK, 2012).

Um dos êxitos da Coreia do Sul foi converter o nacionalismo em atração cultural por meio da comercialização dos próprios *K-dramas*, que fiéis a autenticidade da sociedade coreana e explorando a fantasia de histórias narradas com base na historicidade da península conseguiram influenciar o imaginário coletivo de várias sociedades estrangeiras, a partir da fusão da cultura tradicional asiática com a modernidade ocidental - base na qual a *Hallyu Wave* se sustenta.

Os *K-dramas* fazem justamente isso com seus enredos e repertório de imagem visual recheados de características da cultura asiática sul-coreana. Estudiosos da área como Hany (2020) reforçam que este fenômeno auxiliou na mudança da imagem da Coreia do Sul e promoveu relações diplomáticas com outros países, o que se traduz como um potente *soft power*. Isso fica explícito nos próprios cenários exibidos

nos *K-dramas*: sempre que possível, eles exibem pontos turísticos e belezas naturais do país. Exemplo disso está incluído dentro do *K-drama* *Rei Eterno* (2020) que não economiza em sempre destacar cenários belíssimos.

Figura 39 - Praça *Gwanghwamun Square* em *Rei Eterno* (2020)



Fonte: Netflix, 2024

A praça famosa chamada *Gwanghwamun Square*, localizada em *Seul*, na Coreia do Sul, é um local muito movimentado e turístico. No *K-drama* *Rei Eterno* (2020), uma das cenas mais importantes teve como locação este lugar. Outros *K-dramas* como *City Hunter* (2011) e *Live up to your name* (2017) também utilizaram a praça como cenário. Em *Seul* também há o *Dongdaemun Design Plaza*, também chamado de DDP. Trata-se do maior edifício tridimensional do mundo e foi projetado pela arquiteta iraniana-britânica *Zaha Hadid*. O local conta com uma arquitetura futurista e incomum. Neste lugar é possível sediar galerias de artes, conferências e até mesmo desfiles de moda. Não à toa, foi palco para *K-dramas* como *Love Alarm* (2019) e *Vincenzo* (2021).

Figura 40 - Uma das cenas do K-drama Vincenzo (2021)



Fonte: Netflix, 2024

Não o bastante, o *K-drama Kingdom* (2020) nos apresenta cenários fantásticos e naturais da Coreia do Sul, com a sua história narrada no período da Dinastia *Joseon* (1392-1897), soube explorar os parques de *Seul* para apresentar o contexto histórico do seu drama de suspense.

Figura 41 - Uma das cenas do K-drama Kingdom (2020)



Fonte: Netflix, 2024

O *K-drama* inclusive, foi indicado ao prêmio de Melhor Série Dramática no *Baeksang Arts Awards*¹⁴. O parque escolhido foi *Changdeokgung Palace* apareceu

¹⁴ Baeksang Arts Awards é uma prestigiada premiação sul-coreana que ocorre anualmente premiando as realizações mais notáveis de reconhecimento na indústria de entretenimento televisivo.

em diversas cenas de *Kingdom* (2020), que com uma linda arquitetura histórica demonstrou, na trama, todo o valor cultural que tem para a nação sul-coreana.

Já o *Buckchon Hanok Village* é um bairro real com um conjunto de casas sul-coreanas tradicionais, local que serviu como cenário de diversos *K-dramas* como *Beleza Verdadeira* (2020), *Nosso Eterno Verão* (2021) e *Você é Minha Primavera* (2021). É um espaço muito visitado por turistas estrangeiros que são admiradores dos *K-dramas* e viajam para conhecer os ambientes, a estética, a culinária, as roupas e até mesmo os modos de agir dos seus habitantes, pois é um lugar que comumente aparece nos *K-dramas*. Por conta disso, nota-se como este produto se caracteriza em uma perfeita ferramenta de *soft power* da Coreia do Sul.

Figura 42 – Imagens do Buckchon Hanok Village, um dos cenários do K-drama *Beleza Verdadeira* (2020)



Fonte: koreaetour.com, 2021

Conforme exposto ao longo deste trabalho, há uma série de fatores positivos que foram analisados para entender melhor o quanto os *K-dramas* se convertem como produto potencializador da imagem da Coreia do Sul e, assim, se enquadram como um instrumento de *soft power*. Trata-se de um produto audiovisual que possibilitou que a Coreia do Sul conseguisse reconstruir a sua imagem como nação - de país rural atrasado e longínquo para uma nação moderna, que dita valores e comportamentos na esfera global.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi elaborado com o objetivo de entender como os *K-dramas* funcionam como instrumento de *soft power* da Coreia do Sul. Para lograr evidências, inicialmente, foi elaborado um estudo para a compreensão das origens da península até a sua divisão em dois países e, posteriormente, como a parte sul se notabilizou como exportador de produtos audiovisuais.

Desde os primeiros passos desta pesquisa, observou-se que estudar temas referentes à Coreia do Sul seria um desafio em vários aspectos, por conta disso, a revisão bibliográfica demandou uma grande dedicação, sobretudo no que diz respeito à compreensão da trajetória histórica do país.

Com o entendimento das peculiaridades históricas e culturais que influenciam a Coreia do Sul a se enxergar como país e a forma como deseja ser vista no exterior, foi possível perceber que o investimento em produtos audiovisuais que compõem a *Hallyu Wave* possibilitou a sua expansão e posterior conversão num movimento cultural em nível global, apoiada, sobretudo, pela expansão da Internet de banda larga.

Entre esses produtos destaca-se o *K-drama*, que ao conseguir adentrar em mercados internacionais variados, passou a ser um dos principais instrumentos de *soft power* da Coreia do Sul, levando seus costumes e herança cultural a nível global.

A distribuição deste produto entre os cinco continentes acabou gerando uma imagem positiva do país entre seus consumidores, o que acabou fomentando o interesse pela cultura do referido país asiático. O número de estudantes da língua sul-coreana e apreciadores desta, aumenta a cada dia através de institutos como *Sejong*, a fundação criada em 2007 pelo governo sul-coreano com o intuito de incentivar o estudo da língua mundo afora.

Ademais, os *K-dramas* também fomentaram o aumento do turismo para o país e o interesse pela culinária sul-coreana, pois seus consumidores passaram a conhecer cidades, lugares, pratos e sobremesas típicas a partir do comportamento dos personagens principais das tramas. Dessa forma, por conta da sua capacidade em atrair a atenção do público estrangeiro, fica evidente que o *K-drama* funciona, de fato, como um instrumento de *soft power* da Coreia do Sul.

Em conclusão, podemos pontuar linearmente na questão central deste trabalho o quanto as Relações Públicas se projetam em meio ao *soft power* na questão de imagem e qualificação de algo, sendo possível, elaborar estratégias para obtenção de prestígio e admiração por meio de produtos como o *K-drama* ou pessoas. Essa ação cabe muito bem no que tange o trabalho da Relações Públicas em melhorar, organizar ou potencializar a imagem de uma instituição ou de algo a fim de manter os públicos interessados e a boa reputação.

Espera-se que este trabalho possa contribuir para as discussões sobre os mecanismos de atração a serviço de países e encoraje mais estudantes a desenvolver pesquisas sobre a relevância econômica e poder de influência global da indústria cultural sul-coreana - com destaque para o *K-drama*, um gênero audiovisual que, definitivamente, contribuiu para alçar a Coreia do Sul a uma condição de protagonista no sistema internacional.

REFERÊNCIAS

ARÊDE, Laila. **A moda sul-coreana do século XXI e seu poder de influência.** Design Culture, 2021. Disponível em: <http://designculture.com.br/a-moda-sul-coreana-do-seculo-xxi-e-seu-poder-de-influencia/> - Acesso: 05 de abril de 2024.

BALLERINI, Franthiesco. **Poder Suave (Soft Power).** São Paulo: Summus, 2017.

BALDISSERA, Rudimar. **Relações públicas: evolução teórico-conceitual e percepções sobre a atividade.** Portal Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2347-1.pdf>. Acesso em: 05 de maio de 2024.

BARBOZA, Samara. **Doramas antigos: 7 K-dramas famosos na Coreia do Sul nos anos 2000.** Café com Kimchi, 2022. Disponível em: https://www.cafecomkimchi.com.br/post/doramas-antigos-famosos-nos-anos-2000#google_vignette. Acesso em: 10 de maio de 2024.

BRITES, Pedro Vinícius Pereira. **A Situação na Península Coreana: Estrutura, Panorama e Cenários.** Universidade Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2011. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/40296>. Acesso em: 05 de abril de 2024.

CAROLINE, Jéssica. **A história dos K-dramas (parte final): da Coreia do Sul para o mundo, de Lee Minho a Parasita.** Kpop News, 2022. Disponível em: <https://www.kpopnews2.com/post/a-hist%C3%B3ria-dos-k-dramas-parte-final-da-coreia-do-sul-para-o-mundo-de-lee-minho-a-parasita>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

CAPELA, Felipe. **Soft Power é a estratégia para países conquistarem poder e prestígio sem uso de força.** Jornal USP, 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/soft-power-e-estrategia-para-paises-conquistarem-poder-e-prestigio-sem-o-uso-da-forca/>. Jornal da USP, 2023. Acesso em 10 de maio de 2024.

CARRAZZONI, Nathaly de Andrade. **O K-way Of Life: a expansão global da Coreia do Sul pela via do soft power.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/242076> .Acesso em: 05 de maio de 2024.

CARVALHO, Lia. **Padrão de beleza Coreano.** Brasil Korea, 2017. Disponível em: <http://www.brazilkorea.com.br/padrao-de-beleza-coreano/> - Acesso em: 05 de abril de 2024.

Catálogo da Netflix. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/browse/genre/839338>. Acesso em: 19 de maio 2024.

Catálogo do Viki. Disponível em: <https://www.viki.com/genres/drama?locale=pt>. Acesso em: 19 de maio de 2024.

Catálogo da Star Plus Disney. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/complete-account-info>. Acesso em: 19 de maio de 2024.

Catálogo da Drama Fever. Disponível em: <https://www.dramafever.com/>. Acesso em: 19 de maio de 2024.

CHA, Victor; PARDO, Ramon Pacheco. **Coreia: uma breve história do Norte e do Sul**. Porto: Ideias de ler, 2023.

CRUZ, Elaine Patricia. **Hallyu: a onda coreana que é um fenômeno de exportação da cultura pop**. Agência Brasil, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-06/hallyu-onda-coreana-que-e-um-fenomeno-de-exportacao-da-cultura-pop#:~:text=E%20a%20isso%20se%20chama,ind%C3%BAstria%20cultural%20de%20cultura%20pop>. Acesso em: 15 de abril de 2024.

DANTAS, Guibson. **As Relações Públicas Internacionais como instrumento de política externa brasileira: o caso da Declaração de Teerã**. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 21, n. 46, 2022. DOI: 10.5902/2175497768225. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/68225>. Acesso em: 25 jul. 2024.

DANTAS, Guibson. **Soft Power: tipologia de poder e Relações Públicas Internacionais**. In: 20º Congresso de Ciências da Comunicação na região Norte, 06., 2023, Boa Vista. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2023.

DANTAS, Guibson. **Relações Públicas Internacionais: quatro passos para uma reorientação da subárea**. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2023, Campo Grande. Anais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. São Paulo: Intercom, 2023b.

DANTAS, Guibson. **T.CH.AO: concepção e proposta de modelo estrutural para Trabalhos de Conclusão de Curso no âmbito das Relações Públicas Internacionais**. In: Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 05., 2024, Remoto. São Paulo: Intercom, 2024.

DRESCHER, Laura Ziegler. **Hallyu: A Onda Coreana como Instrumento de Soft Power da Coréia Do Sul**. Centro Universitário. Curitiba. 2018. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstreams/3d3e0a15-9c23-4f0a-a207-f776a07b5b6e/download>. Acesso em: 05 de abril de 2024.

FERNANDES, D. **O que os K-dramas querem?** Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Bacharelado em História da Arte. Porto Alegre. 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/206626>. Acesso em: 05 de abril.

FRANCISCO, Caroline Cândido. **Na onda hallyu: a influência da cultura sul coreana em grupos de estilo no brasil do século XXI**. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2017. Disponível: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/75201748-d3fd-450b-9dba-1040fe304d29>. Acesso em: 07 de maio de 2024.

FREITAS, Wesley R S; JABBOUR, Charbel J C. UTILIZANDO ESTUDO DE CASO(S) COMO ESTRATÉGIA DE PESQUISA QUALITATIVA: BOAS PRÁTICAS E SUGESTÕES. **Revista Estudo & Debate**, [S. l.], v. 18, n. 2, 2011. Disponível em: <https://www.univates.br/revistas/index.php/estudoedebate/article/view/560>. Acesso em: 14 ago. 2024.

GADELHA, Isabela. **Conheça os cenários de K-dramas para visitar na Coreia do Sul**. CNN Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/cnn-viagem-gastronomia/conheca-os-cenarios-de-k-dramas-para-visitar-na-coreia-do-sul/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas – Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2000

GIBSON, Jenna. **Como a cultura pop-sul coreana pode ser uma fonte de Soft power**. Carnegie, 2023. Disponível em: <https://carnegieendowment.org/2020/12/15/how-south-korean-pop-culture-can-be-source-of-soft-power-pub-83411>. Acesso em: 19 de maio de 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 20 jul. 2024.

GSHOW. **Parasita: 5 detalhes que deixam o filme vencedor do oscar de 2020 ainda mais interessante**. 2020. Disponível em: <https://gshow.globo.com/noticia/parasita-cinco-detalhes-que-deixam-o-filme-vencedor-do-oscar-de-2020-ainda-mais-interessante.ghtml>. Acesso em: 06 de jun. de 2024.

HANY, Dunia S. **K-pop a fantástica fábrica de ídolos**. São Paulo: Appris, 2020.

HUN, Choe Sang. **Quem eram as mulheres de conforto sul coreanas escravas sexuais de tropas americanas após a guerra da coreia**. The New York Time, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo /noticia/2023/05 /quem-eram -as-mulheres-de-conforto-sul-coreanas-escravas-sexuais-de-tropas-americanas-apos-a-guerra-da-coreia.ghtml>. Acesso em: 24 de abril de 2024.

INVESTIDOR. **De Parasita a K-pop: a bilionária “onda coreana”**. Estadão. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://investidor.estadao.com.br/comportamento/kpop-parasita-a-bilionaria-onda-coreana/>. Acesso em: 25 de maio de 2024.

KANG, L; SIT, J. **Gangnam Style 10 anos: como o grande sucesso de Psy contagiou o mundo**. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/estilo/gangnam-style-10-anos-como-o-grande-sucesso-de-psy-contagiou-o-mundo/>. Acesso em: 05 de maio de 2024.

LEAL, Lise Raquel Silva de Araujo. **O expoente audiovisual da coreia do sul: os k-dramas e a reestruturação das narrativas**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal. 2023. Acesso em: 07 de maio de 2024.

LOBATO, Ramon. **Netflix nations**. New York: New York University, 2019.

MADUREIRA, A. V. A. C.; MONTEIRO, D. S. M.; URBANO, K. C. L. **Fãs, mediação e cultura midiática: dramas asiáticos no Brasil**. In: JORNADA INTERNACIONAL GEMINIS, 1., 2014, São Carlos. Artigo. São Carlos: Jornada Internacional Geminis, 2014. p. 1 - 16.

MEDEIROS, Daniel. **Doramas e K-dramas: produções televisivas asiáticas ganham força no Brasil**. Folha de Pernambuco, 2022. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/doramas-e-k-dramas-producoes-televisivas-asiaticas-ganham-forca-no/225925/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

MONTEIRO, D. S. M. **A onda coreana e a representação do passado em “reply 1997”**. 2014. 70 f. Curso de Estudos de Mídia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br /index.php/licere /article /view/19770>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

MUNIZ, Gabriel. **Guia para iniciantes do K-pop**. EF Education First, 2021. Disponível em: <https://www.ef.com.br/blog/language/guia-para-iniciantes-ao-k-pop/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

NYE, J. **Bound to Lead: The Changing Nature of American Power**. New York: Basic Books, 1991.

NYE, J. **Soft power: the means to success in world politics**. New York: Public Affairs Books, 2004.

OCLB. **Qual o segredo da dominação cultural da Coreia do Sul**. Disponível em: <https://oclb.com.br/qual-o-segredo-da-dominacao-cultural-da-coreia-do-sul/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

OURIVEIS, Maira. **Soft Power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo**. ARTIGOS | Edição N°4 Vol. II196 Revista Acadêmica de Relações Internacionais | RARI. Acesso em: 05 de abril de 2024.

PARDO, Ramon Pacheco. **Uma breve História da Coreia do Sul**. Lisboa: Vogais, 2022.

PETIT, Matt. **Sul coreano parasita bate veteranos de Hollywood e faz história no Oscar**. Forbes, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2020/02/sul-coreano-parasita-bate-veteranos-de-hollywood-e-faz-historia-no-oscar/>. Acesso em: 8 de maio de 2024

Pesquisadores coreanos assinam manifesto contra definição da ABL de 'dorama'; academia defende. **Correio Brasiliense**, Brasília, ano 97, n. 156, p. A3, 27 outubro 2023.

PUREZA, Fernando. **História da Ásia**. São Paulo: Contexto, 2023.

Relações públicas: evolução teórico-conceitual e percepções sobre a atividade. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2347-1.pdf>. Acesso em: 17 de mar. de 2024.

REUTERS. **Imagens raras mostram mulheres de conforto, coreanas da 2ª Guerra Mundial**. 2017. G1 Globo, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/imagens-raras-mostram-mulheres-de-conforto-coreanas-da-2-guerra-mundial.ghtml>. Acesso em: 24 de abril de 2024.

RODRIGUES, Ana. **A onda Hallyu já te pegou? Entenda a popularização dos dramas sul-coreanos no Brasil**. Jornal o Casarão, 2023. Disponível em: <https://jornalocasarao.uff.br/2023/08/14/a-onda-hallyu-ja-te-pegou-entenda-a-popularizacao-dos-dramas-sul-coreanos-no-brasil/>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

ROMILDO, José. **A Coreia do Sul se posiciona como gigante cultural no mundo**. Agência Brasil, 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2019-11/coreia-do-sul-se-posiciona-como-um-gigante-cultural-no-mundo>. Agência Brasil, 2019. Acesso em: 10 de maio de 2024

ROSA, Gabrielle. **Moda Coreana: Conheça os principais estilos e tendências.** Brasil Korea, 2015. Disponível em: <http://www.brazilkorea.com.br/moda-coreana-conheca-principais-estilos-e-tendencias/> - Acesso em: 05 de abril de 2024.

Série Round 6 é mais um sucesso do “soft power” sul-coreano. RBA, 15 de out. De 2021. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/mundo/serie-round-6-netflix-soft-power/>. Acesso em: 15 de abril de 2024.

SILVA, Maria Cristina Brigo. **Soft power e hallyu: um olhar para o desenvolvimento da Coreia do Sul.** Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2020. Acesso em: 05 de maio de 2024.

SOUZA, Elisangela Aparecida Santos. **Onda Hallyu e o consumo de produtos coreanos no Brasil.** Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Naviraí. 2022. Acesso em 07 de maio de 2024.

Soft power, entenda o conceito essencial das relações internacionais hoje em dia. Revista Forum, 2023. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/global/2023/6/22/que-soft-power-entenda-conceito-essencial-das-relaes-internacionais-hoje-em-dia-138149.html>. Acesso em: 12 de mar. de 2024.

SUZUKI, Shin. **Como estratégia sul coreana que impulsionou k-pop e cinema pode inspirar o Brasil.** BBC News, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-62975564>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

ANEXO

Anexo A – Sites brasileiros (Fansubbers) de *K-dramas* e *Doramas*

Ai Shiteiru Fansub <<http://aishiteirufansub.forumeiros.com/>>

Asian Team <<http://www.asianteam.org/st/>>

Asian Lovers Fansub <<http://www.asianlovers.com.br/>>

Dramatologia <<http://dramatologia.wordpress.com>>

Drama Kawai <<http://dramakawai.blogspot.com/>>

Drama Fans Fansub <<http://dramafansfansub.blogspot.com/>>

Drama's Inn <<http://www.dramasinn.com/>>

Daisuki Dramas Brasil <<http://daisukidramas.livejournal.com/>>

Ganbare! Fansub <<http://ganbarefansub.blogspot.com/>>

JDrama Fansubs <<http://www.jdramafansubs.com.br/>>

Kokoro Doramas <<http://kokorodoramas.wordpress.com/>>

Lina no Ie <<http://linanoie.blogspot.com/>>

Meteor Dramas <<http://meteordramas.blogspot.com/>>

Mithril <<http://www.mithril.com.br>>

Ohayo Dramas Fansub <<http://ohayodramasfansub.blogspot.com/>>

Sora~D Fansubs <<http://sora-d.blogspot.com/>>

Sites com resenhas de dorama:

Sugoi Dramas <<http://sugoidramas.blogspot.com/>>

Yakuza Fansubs <<http://yakuzafansubs.blogspot.com/>>

Why Why Dramas Fansub <<http://whywhydramasfansub.blogspot.com/>>

Anexo B – Quadro com os 26 reis da Dinastia Joseon

Reis Dinastia Joseon	Ano
General Yi Seong-gye (Rei Taejo) Primeiro rei de todos da Dinastia Joseon	1392 - 1398
Yi Bang-gwa Filho do rei Taejo	1398 - 1400
Yi Bang-won (Rei Taejong) Quarto filho do rei Taejo	1400 - 1418
O Grande Rei Sejong O mais famoso e respeitado de todos os reis da Dinastia Joseon	1418 - 1450
Yi Hyang (Rei Munjong) Filho mais velho do Grande Rei Sejong	1450 - 1452
Yi Yu (Rei Sejo) Segundo filho de Rei Sejong	1455 - 1468
Yi Hwang (Rei Yejong)	1468 - 1469
Yi Hyeol (Rei Seongjong)	1469 - 1495
Yi Yung (Rei Yeonsangun)	1495 - 1506
Yi Yeok (Rei Jongjong)	1506 - 1544
Yi Ho (Rei Injong)	1544 - 1545
Yi Hwan (Rei Myeongjong)	1545 - 1567
Yi Yeon (Rei Seonjo)	1567 - 1608
Yi Hon (Rei Gwanghaegun)	1592 - 1608
Yi Jong (Rei Injo)	1623 - 1649
Yi Ho (Rei Hyojong)	1649 - 1659
Yi Yeon (Rei Hyeonjong)	1659 - 1674
Yi Sol (Rei Sukjong)	1674 - 1720
Yi Yun (Rein Gyeongjong)	1720 - 1724
Yi Geum (Rei Yeongjo)	1724 - 1776

Yi San (Rei Jeongjo)	1776 - 1800
Yi Gong (Rei Sunjo)	1800 - 1834
Yi Hwan (Rei Heonjong)	1834 - 1849
Yi Won-beom (Rei Cheoljong)	1849 - 1864
Gwangmu (Rei Sunjong) Último rei da Dinastia Joseon	1864 - 1907

Elaboração própria.

Fonte: <https://blog.coreanoonline.com.br/>