



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

ANA CLARA GOMES DA SILVA

**DIPLOMACIA CULTURAL SUL COREANA: *HALLYU WAVE* COMO
ESTRATÉGIA DE POLÍTICA EXTERNA**

**SÃO CRISTÓVÃO/SE
2026**

ANA CLARA GOMES DA SILVA

**DIPLOMACIA CULTURAL SUL COREANA: *HALLYU WAVE* COMO
ESTRATÉGIA DE POLÍTICA EXTERNA.**

Trabalho de Conclusão Curso II apresentado
ao Departamento de Relações Internacionais
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Lucas Miranda Pinheiro

**SÃO CRISTÓVÃO/SE
2026**

ANA CLARA GOMES DA SILVA

**DIPLOMACIA CULTURAL SUL COREANA: *HALLYU WAVE* COMO
ESTRATÉGIA DE POLÍTICA EXTERNA.**

Trabalho de Conclusão Curso II apresentado ao
Departamento de Relações Internacionais da
Universidade Federal de Sergipe como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Relações Internacionais.

Aprovado em: / /

Banca examinadora

Prof. Dr. Lucas Miranda Pinheiro (Orientador)

Prof. Dr. Edson Tomaz de Aquino (Avaliador)

Prof. Dr. Geraldo Adriano Godoy de Campos (Avaliador)

“Siga seu sonho como um
destruidor, mesmo se der tudo
errado não volte atrás, jamais”

- Tomorrow, BTS.

AGRADECIMENTOS

Quero dedicar este trabalho à todos que estiveram ao meu lado nessa longa jornada que é a vida, quero agradecer à Osun por ter me escolhido antes mesmo do meu nascimento, à minha avó por me ensinar o que é o amor incondicional e o respeito da maneira mais bela, à minha família e amigos por todas as alegrias e momentos compartilhados, aos professores por todos os ensinamentos e por fim mas nunca menos importante quero agradecer à minha mãe que mesmo não estando mais aqui nunca deixou de ser presente em meu coração:

Tú, que

Tá' lejos

Y a la vez

Más cerca

Que mi propia vena yugular

من أجلك أدمر السماء

ومن أجلك أهدم الجحيم

فلا وعود

.ولا وعيد

RESUMO

A música pop sul coreana é um grande fenômeno mundial, em que seus artistas possuem uma enorme visibilidade tanto dentro da Coréia do Sul quanto nos demais países do globo. Do mesmo modo, os dramas de televisão feitos no país integram o fenômeno chamado *Hallyu Wave* (onda coreana), que se refere a popularidade da indústria cultural sul coreana após os anos 90. O presente trabalho visa contribuir com as discussões existentes acerca da diplomacia cultural sul coreana, especialmente no que tange a utilização da *Hallyu Wave* como estratégia de política externa, buscando refletir sobre qual o caminho percorrido por esse fenômeno para receber a notoriedade que possui hoje por parte do governo. Partindo desta explanação, este trabalho levanta a seguinte pergunta de pesquisa: como a Coréia do Sul, ao longo dos anos, desenvolveu uma estratégia de política externa, nos moldes de uma diplomacia cultural, baseada nos avanços da *Hallyu Wave*?

Palavras-Chave: K-pop, BTS, Coréia do Sul, Política Externa, Hallyu Wave, Diplomacia Cultural.

ABSTRACT

South Korean pop music is a major global phenomenon, with its artists gaining enormous visibility both within South Korea and in other countries around the world. Likewise, the country's television dramas are part of the phenomenon known as *Hallyu Wave* (the Korean Wave), which refers to the growing popularity of South Korea's cultural industry since the 1990s. This study aims to contribute to existing discussions on South Korean cultural diplomacy, particularly regarding the use of *Hallyu Wave* as a foreign policy strategy. It seeks to reflect on the path this phenomenon has taken to achieve the recognition it currently enjoys from the South Korean government. Based on this perspective, the research raises the following question: how did South Korea developed a foreign policy strategy — in the form of cultural diplomacy — grounded in the advances of the *Hallyu Wave*?

Keywords: South Korea, Foreign Policy, Hallyu Wave, Cultural Diplomacy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - BTS com os passaportes diplomáticos.....	29
Figura 2 - BTS discursando na Casa Branca.....	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Resumo das ações dos Governos Sul-Coreanos (1963-2022).....	24
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGNU – Assembleia Geral das Nações Unidas

ASEAN – Associação de Nações do Sudeste Asiático

BTS – Bangtan Sonyeondan

ICD – Instituto de Diplomacia Cultural

KOCCA – Korean Culture & Content Agency

KOCIS – Korean Culture and Information Service

KOFICE – Korean Foundation for International Culture Exchange

KOSIS – Korean Statistical Information Service

MOFA – Ministry of Foreign Affairs (Ministério das Relações Exteriores)

ODA – Official Development Assistance

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

PCNB – Presidential Council on Nation Branding

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DIPLOMACIA E DIPLOMACIA CULTURAL	13
3 ONDA COREANA	19
4 A ONDA COREANA COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA CULTURAL	23
4.1 Ações do governo sul-coreano	23
4.2 O grupo BTS e passaporte diplomático	28
<i>4.2.1 O grupo BTS e a visita a Casa Branca</i>	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

A República da Coreia, também conhecida como Coreia do Sul, é um país localizado no leste asiático, possui uma área aproximada de 98.500 quilômetros quadrados e conta, atualmente, com cerca de 52 milhões de habitantes, conforme dados do KOSIS, o banco estatístico nacional operado pelo Ministério de Dados e Estatística sul-coreano (Coreia do Sul, 2025). O país faz fronteira terrestre com a China e mantém proximidade geográfica com o Japão. Hoje, destaca-se por sua economia consolidada, pelo investimento contínuo em tecnologia de ponta e pela forte ênfase em educação.

Tradicionalmente ancorada na agricultura, a economia sul-coreana passou, a partir da década de 1960, por um acelerado processo de industrialização, beneficiando-se do alinhamento estratégico com os Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial e durante a Guerra Fria (Masiero, 2000; Veronezi, 2023). Nesse mesmo período, o país foi palco da Guerra da Coreia (1950–1953), conflito que, segundo Souza, Santos e Silva (2025, p. 1481), “foi resultado direto da divisão que existia na península e que havia sido imposta por Estados Unidos e União Soviética ao final da Segunda Guerra Mundial”. Esse embate ilustrou o conflito que ocorreu devido a polarização mundial que na época vivia num contexto de guerra fria, que era travada entre os Estados Unidos e União Soviética, a Guerra da Coreia trouxe para ambos os lados uma tremenda devastação, de acordo com Mason (*apud* Souza, Santos e Silva, 2025)¹:

Essa guerra provocou enormes sofrimentos e perdas para o povo coreano - cerca de dois milhões de militares e três milhões de civis morreram. Isso criou uma geração inteira de viúvas e órfãos e uma perda maciça de infraestrutura da qual a Coreia custou a se recuperar. Uma grande campanha de bombardeio aéreo iniciou com o General MacArthur no comando, ordenando a destruição de qualquer aspecto de infraestrutura e sociedade humana, na mesma casa de aldeias, na Coreia do Norte. A capital, Pyongyang, foi praticamente destruída. A guerra nada resolveu, obteve pouco além de destruição, com os dois estados rivais no final ainda se enfrentando após um acordo de cessar-fogo ao longo do paralelo de latitude 38 (Mason, 2017, p. 15 *apud* Souza; Santos; Silva, 2025, p. 1486).

O “fim” do conflito veio em 27 de julho 1953 após a assinatura de acordo de armistício que visava uma trégua. Desde então, a península permanece dividida entre a República da Coreia (Coreia do Sul) e a República Popular Democrática da Coreia (Coreia do Norte), alinhadas, respectivamente, aos Estados Unidos e à União Soviética.

¹ MASON, Colin. **Uma breve história da Ásia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

Veronezi (2023) observa que o país enfrentou, no pós-guerra, um cenário de instabilidade que exigiu intensa reconstrução econômica e infraestrutura institucional. Segundo o autor, foi sobretudo durante o governo de Park Chung-Hee que a Coreia do Sul adotou uma estratégia desenvolvimentista, transformando-se em uma nação pobre marcada por escassez em um dos principais pólos globais de tecnologia e inovação.

Essa transformação só foi possível mediante forte intervenção estatal. Castro (2021) destaca que o governo desempenhou papel decisivo ao fomentar grandes conglomerados empresariais em setores estratégicos e ao implementar políticas industriais que, no pós-guerra, forneceram a base necessária para as futuras ambições tecnológicas do país. Entre esses esforços, incluem-se incentivos ao setor privado, financiamento à educação superior e a criação de instituições responsáveis por difundir conhecimento técnico e apoiar a modernização industrial.

O papel do Estado foi essencial para esse avanço, através de investimentos na formação de grandes conglomerados responsáveis por setores estratégicos da economia e que posteriormente impulsionaram os investimentos em indústrias de base tecnológica. Uma série de políticas industriais foram aplicadas pelo Estado nos anos seguintes ao pós-guerra e deram base para uma infraestrutura que sustentaria as ambições tecnológicas do país. Diferentes incentivos governamentais foram feitos ao setor privado, assim como a construção de instituições que ficaram responsáveis por financiar a educação superior e auxiliar as grandes empresas na sua busca por conhecimento tecnológico (Castro, 2021, p. 5).

A Coreia do Sul recebeu através de Official Development Assistance (ODA) entre os anos de 1945 e 1999 um total de US\$ 11,8079 bilhões, sendo que desse valor cerca de 90% vieram através dos EUA e do Japão (KIM, 2015). Devido ao salto econômico protagonizado pelo país nos últimos anos, comumente chamado de “milagre do Rio Han”, a Coreia do Sul conseguiu sair de uma situação de precariedade econômica e ser cotada como uma das economias mais bem sucedidas do mundo, tudo isso devido ao investimento do governo, que com auxílio financeiro dos Estados Unidos pôde reerguer sua economia que por muito tempo esteve abalada. De acordo com Castro (2021, p. 11) “em 1966, o governo sul coreano criou uma série de instituições para apoiar a difusão de conhecimento técnico nas indústrias do país”. O processo que conduziu à atual industrialização bem-sucedida foi marcado por elevada complexidade, em parte devido à predominância de uma estrutura agrária e à acentuada dependência tecnológica de nações como Japão e Estados Unidos. Mesmo diante dos esforços estatais, o país enfrentou oscilações significativas ao longo de sua trajetória econômica.

De acordo com o Basso (2023), após o continente asiático adentrar em uma crise financeira em meados dos anos 90, o governo sul-coreano resolveu investir em cultura, aprovando uma lei que estabelecia que cerca de 1% do produto interno bruto (PIB) do país seria destinado para financiamento de atividades culturais, o que por sua vez viria a beneficiar a indústria de *idols* que estava se formando. Para Carvalho (2019, p. 28) “a crise financeira de 1997 causou um grande impacto nas indústrias culturais na Coreia do Sul, até então dominadas pelas provenientes dos Estados Unidos e Hong Kong”. Ainda nesse sentido Bernardo *et al.* (2019) corroboram:

[...] em meio à chamada crise asiática, que abalou várias economias do mundo - num dos primeiros sinais de um novo estágio da globalização -, o governo de Seul estabeleceu uma meta de cinco anos para desenvolver a indústria cultural [...] Além do dinheiro destinado a promover atividades culturais, o governo também aplicou uma política de isenção de impostos para empresas que desenvolvessem produtos culturais. Nessa leva, muita gente passou a produzir filmes, novelas e principalmente música, com o destaque para três gravadoras: SM Entertainment, JYP e YG, que até hoje lançam bandas de K-pop (Bernardo *et al.*, 2019).

A partir do investimento realizado pelo governo sul-coreano houve um constante crescimento dessa área e diversas empresas nesse ramo ganharam subsídios, em que algumas delas estão no mercado até hoje, como a pioneira na formação de ídolos: *SM Entertainment*. Juntamente com estas empresas veio também o surgimento do que hoje vem a ser a música pop sul-coreana, o famoso *K-Pop*. Para Hong (2014 *apud* Karam; Medeiros, 2015)²:

Sem a crise provavelmente não teria havido *Hallyu*, a Onda Coreana que consiste na “exportação” desta cultura para diversos países do mundo. O termo (pronuncia-se “ráiliu”) significa “fluxo da Coreia” e foi cunhado por jornalistas de Pequim, na China, nos anos 90, surpresos com a popularidade da cultura coreana no restante da Ásia, mediante a exportação de suas telenovelas, cinema e música (Hong 2014, *apud* KARAM; MEDEIROS, 2015, p. 2).

Shin e Lee (2016) explicam que, no início dos anos 1990, a juventude sul-coreana conhecida como “*sinsedae*”, já não mais se identificava com os estilos musicais predominantes, as baladas e a música trot. A justificativa para tal comportamento veio da forte presença da cultura norte-americana e a identificação da juventude com um novo estilo de pensar e agir. Foi então a partir desse cenário que o Seo-Taji and Boys (서태지와 아이들) surgiu. O grupo teve sua estreia no dia 11 de abril do ano de 1992, a qual foi televisionada pela rede de TV sul coreana MBC, onde foi performada a música *I Know*. Segundo os autores o estilo do grupo era algo muito diferente do usual sul coreano da

² HONG, Euny. **A birth of Korean Cool**: how one nation is conquering the world through pop culture. Picador: Nova York, 2014.

época, em que o figurino colorido, a dança energética e as letras um tanto quanto “rebeldes” repletas de críticas ao sistema educacional ganhou a simpatia do público e assim surgiu o que hoje é conhecido como o K-pop.

A estreia da banda Seo Taiji and Boys, em 1992, é considerada um marco na história da música popular na Coreia do Sul, e se diz que foram os precursores do k-pop. O trio, formado por rappers e dançarinos, tinha influência de estilos ocidentais, como hip-hop, soul, rock e punk, o que o diferenciava dos demais grupos coreanos e agradou o público, principalmente os jovens. A partir daí, a indústria musical coreana enxergou a oportunidade de conquistar um nicho diferente. De lá para cá, o investimento se profissionalizou e tem gerado frutos (Karam; Medeiros, 2015, p.4).

A relevância adquirida pela *Hallyu* para o Estado sul-coreano, aliada à ampla popularidade internacional do fenômeno, motivou o governo a buscar estratégias para incorporar seus elementos culturais à política externa do país. Um exemplo recente dessa dinâmica ocorreu em setembro de 2021, quando o grupo sul-coreano BTS (방탄소년단) participou da 76ª Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), ocasião em que proferiu um discurso e realizou uma apresentação musical. Trata-se de um evento de elevada importância no campo das relações internacionais e, conforme observa Gotlib (2021), “os sete integrantes do grupo BTS emocionaram líderes mundiais na abertura da 76ª Assembleia Geral da ONU”.

A participação do grupo foi resultado de um convite do então presidente da Coreia do Sul, Moon Jae-in, que os nomeou Enviados Especiais da Juventude e da Cultura. Ainda que não tenha sido a primeira vez que artistas se apresentaram na AGNU — considerando, por exemplo, a presença de Gilberto Gil em 2003, bem como as participações de Beyoncé em 2012 e de Shakira em 2015 —, o episódio marcou a primeira concessão de passaportes diplomáticos a ídolos do K-pop para atuação em um evento internacional. De acordo com Gentil (2017, p. 7):

Atualmente, o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo (MCST) possui um canal oficial chamado *The Korean Culture and Information Service* (KOCIS) criado em 1971, com o objetivo de estabelecer uma ponte de comunicação para promover a Coreia do Sul no exterior. Ele atua em 25 países ao redor do mundo, por meio de centros culturais, onde são sediadas apresentações de arte, exposições, festivais de música e filmes.

E prossegue enfatizando que:

A preocupação do *Korean Foundation for International Culture Exchange* (KOFICE), enquanto organismo vinculado ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul (MCST), é promover um conhecimento maior a respeito da *Hallyu* ao público estrangeiro. São inúmeros esforços realizados pela

organização, com as mais variadas formas de abordagem, que almejam essa mesma finalidade (Gentil, 2017, p. 12).

Em face de tais acontecimentos mencionados acima, a pesquisa se debruça sobre a diplomacia cultural como lente para analisar os esforços do governo sul coreano para construir uma imagem de país “cool” com o auxílio de artistas que são produto da onda coreana. Com isso, buscaremos entender como os movimentos do governo sul coreano vêm sendo construídos. Para tal fim este trabalho será norteado pela seguinte pergunta: como a Coreia do Sul, ao longo dos anos, vem desenvolvendo uma estratégia de política externa nos moldes de uma diplomacia cultural? Para responder a essa pergunta, utilizam-se textos acadêmicos, documentos oficiais e reportagens jornalísticas. Assim, o objetivo geral consiste em compreender como o país estruturou sua diplomacia cultural a partir do avanço global da *Hallyu Wave*. Isso implica analisar as bases conceituais da diplomacia cultural, examinar a política externa sul-coreana com ênfase nesse vetor, reconstruir historicamente o surgimento da *Hallyu* e, por fim, avaliar as ações governamentais relacionadas ao fenômeno.

Para analisar a Onda Coreana e o seu caminho até se tornar estratégia de política externa será necessário entender o surgimento do fenômeno e qual foi a motivação para tal, como a crise econômica que assolou o país nos anos 90 deu o pontapé inicial ao que viria a ser uma indústria multimilionária e influente mundialmente. O método selecionado para desenvolver tal estudo será o estudo de caso, tal método é caracterizado por Clemente Júnior (2012, p. 3) como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo no seu contexto da vida real, mesmo que os limites entre o fenômeno estudado e o contexto não estejam claramente definidos”. Aliado a isso, a pesquisa bibliográfica será responsável por selecionar, identificar e dar forma aos corpos teóricos por meio de textos que dialoguem entre si a fim de conceder unidade ao estudo.

Desse modo, para a presente pesquisa será realizada também uma revisão de literatura, com o objetivo de estabelecer conexões entre a literatura existente, abordando os conceitos de uma maneira mais ampla e relacionando-os ao tema principal. Serão considerados estudos com enfoque na Coreia do Sul e na *Hallyu Wave* de autores como Lee (2008), Carvalho (2019), Gentil (2017), Valieva (2018), Urbano (2015), Kim (2015), Chua (2012), Liu (1993), entre outros pesquisadores. A fim de obter informações detalhadas sobre as ações de política externa sul coreana envolvendo a *Hallyu Wave*, foi realizado também o levantamento de informações em portais oficiais do governo sul coreano através de notas e documentos oficiais de órgãos governamentais, tais como o

Ministério da Cultura e Ministério de Relações Exteriores, bem como também informações em portais extra oficiais de notícias como o Naver Café, Weverse, All K-Pop, o portal brasileiro KoreaIN e o site da organização sem fins lucrativos B-Armys Acadêmicas.

Para atingir o objetivo proposto, este trabalho foi dividido em três capítulos: O primeiro apresenta os conceitos de diplomacia e diplomacia cultural, com ênfase na experiência sul-coreana; o capítulo dois analisa o surgimento e a consolidação mundial da *Hallyu Wave*; e o capítulo três discute o uso da *Hallyu* como instrumento de diplomacia cultural e as ações governamentais relacionadas a esse fenômeno.

2 DIPLOMACIA E DIPLOMACIA CULTURAL

De acordo com Cervo (2008, p. 8) “A diplomacia compreende a ação externa dos governos expressa em objetivos, valores e padrões de conduta vinculados a uma agenda de compromissos pelos quais se pretende realizar determinados interesses”. Nesse sentido, a diplomacia pode ser entendida como o processo de formulação e execução da política externa, estruturado em uma agenda estratégica cuja finalidade consiste em alcançar metas específicas e proteger interesses previamente definidos (Cervo, 2008).

A análise da diplomacia permite compreender de que maneira ela pode ser mobilizada para difundir interesses hegemônicos ou contribuir para a manutenção de estruturas de poder vigentes. Para Amaral (2023), trata-se de uma atividade que envolve o envio de representantes estatais ao exterior com o propósito de defender os interesses de seu governo. Nessa mesma direção, Silva e Rabelo (2024, p. 5) destacam que:

A diplomacia tem sido um meio importante para promover os interesses nacionais desde a antiguidade e tornou-se um importante recurso para a resolução pacífica de disputas entre países e atores globais. Além disso, a diplomacia desempenhou um papel relevante no desenvolvimento das atividades comerciais planetárias ao longo da história.

A relação entre diplomacia e cultura é abordada por Ljuben Tevdovski (2008), que evidencia o caráter frequentemente simbiótico dessa interação, compreendendo-a como uma “aliança” capaz de fortalecer a atuação estatal. Como aponta o autor:

Artistas, músicos, cientistas e intelectuais, foram influenciando suas sociedades ao longo da história, mas também ajudaram e apoiaram seus estados na apresentação e aceleração de sua cultura, bem como influência e interesses políticos concretos. Muitos deles eram lobistas não oficiais, enquanto outros optaram por atuar como enviados oficiais e diplomatas (Tevdovski, 2008, p. 14).³

Nesse contexto, a cultura passa a assumir um papel crescente e estratégico nas práticas diplomáticas contemporâneas, funcionando como instrumento de influência sociopolítica e como meio de projeção internacional de uma imagem positiva do Estado. Simultaneamente, converte-se em vetor de desenvolvimento econômico, impulsionado pela cooperação internacional e pela integração comercial. De acordo com Ribeiro (2011), o uso político da cultura ganhou especial relevância após o término da Guerra Fria, onde, segundo o autor, se iniciou uma verdadeira “revolução cultural”. Lipovetsky e Serroy

³ No original: "Artists, musicians, scientists and intellectuals, were influencing their societies through history, but also helped and supported their states in presentation and speeding of their culture, as well as influence and concrete political interests. Many of them were unofficial lobbyists, while others have chosen to act as official envoys and diplomats. (Tevdovski, 2008. Tradução nossa)

(2007) corroboram essa percepção ao afirmarem que tal revolução inaugurou uma nova era na qual o setor cultural deixou de ocupar posição marginal para se tornar uma das principais fontes de crescimento das nações desenvolvidas. Nesse processo, a cultura também se mercantiliza, passando a compor os mecanismos de mercado mediante o consumo e a comercialização de bens culturais (Barão, 2014).

Entre as diferentes ramificações da diplomacia, destaca-se a diplomacia cultural, que se caracteriza pelo emprego da cultura como instrumento de projeção internacional. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em sua Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2002), define a cultura como um conjunto de características próprias de uma sociedade ou grupo social, atribuindo-lhe papel essencial para a existência humana, assim como a biodiversidade o é para a natureza (UNESCO, 2002). . Nessa mesma direção, José Luiz dos Santos (1987, p. 23) afirma que “a cultura diz respeito a cada um dos povos, nações, sociedades e grupos humanos, e que as particularidades de cada uma é expressiva”. Thompson (2011, p. 173) complementa ao descrever a cultura como: “[...] o conjunto de crenças, costumes, ideias e valores, bem como os artefatos, objetos e instrumentos materiais, que são adquiridos pelos indivíduos enquanto membros de um grupo ou sociedade”.

O conceito de diplomacia cultural tem sido objeto de estudo de diversos autores, como Edgard Telles Ribeiro (2011) e Bijos e Arruda (2010), dada sua relevância na política externa contemporânea. Antes, porém, é fundamental delimitar o significado da diplomacia. Para Martin Wight (2002, p. 107), a diplomacia é “o sistema e a arte da comunicação entre os Estados”, constituindo, segundo o autor, “a instituição mestra das relações internacionais”. Nessa mesma perspectiva, Cervo (2007 *apud* JESUS, 2019, p. 11)⁴ define diplomacia como “o conjunto das ações e decisões dos governos, conduzidas através de objetivos concluídos, que visam o ambiente externo e o emparelhamento de certos interesses”. Morgenthau (2003), por sua vez, entende a diplomacia como um dos elementos de poder fundamentais de uma nação.

A gênese da diplomacia cultural, segundo Bijos e Arruda (2010), remonta à França dos reinados de Luís XIII e Luís XIV — portanto, ainda antes do século XIX. Nesse período, a difusão da língua francesa foi facilitada pelo apoio estatal a missionários. As autoras ressaltam que:

A França também foi a primeira a criar uma divisão específica em seu Ministério dos Negócios Estrangeiros com vistas a coordenar o trabalho de difusão da

⁴ CERVO, A. **Inserção internacional**: formação dos conceitos brasileiros. Brasília: Saraiva, 2008.

língua e cultura francesas no exterior. Cabe ressaltar que, na França, assim como em outros países, o papel do governo é essencial no auxílio e supervisão dos programas culturais exibidos no exterior, relegando o êxito dessas ações ao apoio político e financeiro do governo, mas não abdicando, porém, do apoio de entidades privadas (Bijos; Arruda, 2010, p. 36).

Posteriormente, outros Estados passaram a desenvolver iniciativas semelhantes, sendo os Estados Unidos um dos casos mais emblemáticos. O *American Way of Life* constitui exemplo clássico dessa estratégia, difundido sobretudo a partir da década de 1950 por meio da indústria cinematográfica, moldando no imaginário global a ideia de um estilo de vida idealizado. A diplomacia cultural norte-americana também se manifesta por meio de produtos midiáticos amplamente difundidos, como filmes e histórias em quadrinhos da Marvel e da DC. O termo “diplomacia cultural” é utilizado de diversas formas, muitas vezes associado às relações interculturais internacionais ou, como sugere Rodríguez Barba (2008), às práticas diplomáticas que empregam manifestações culturais como instrumento de política externa.

Em “Diplomacia cultural: una nota exploratoria”, Rodríguez Barba (2014, p. 3) apresenta a definição francesa de diplomacia cultural como “o conjunto de operações e obras culturais ou educativas organizadas pelo Estado com a ajuda de diversos sócios para multas de política exterior”⁵ (Rodríguez Barba, 2014, p. 3).

Cummings (2003 *apud* Souza; Silva, 2023, p. 11)⁶ acrescenta que, enquanto a diplomacia nas Relações Internacionais é centrada no diálogo entre partes interculturais, a diplomacia cultural enfatiza “a troca de ideias, artes e elementos culturais entre as nações” com vistas à construção de compreensão mútua, envolvendo, portanto, o emprego do *soft power*. Em complemento, Berger (2008, p. 3) diferencia ambos os conceitos ao afirmar que a diplomacia cultural é multilateral, enquanto a diplomacia tradicional é, em essência, unilateral.

A diplomacia cultural, portanto, articula dois conceitos centrais — diplomacia e cultura — ambos amplos e multifacetados. Frequentemente ela é associada ao *soft power*, embora se trate de fenômenos distintos. O Instituto de Diplomacia Cultural (ICD, [20-?]) descreve a diplomacia cultural como:

[...] um curso de ações que se baseiam e utilizam a troca de ideias, valores, tradições e outros aspectos da cultura ou identidade, seja para fortalecer

⁵ El conjunto de operaciones y obras culturales o educativas orquestadas por el Estado con la ayuda de diversos socios para fines de política exterior” (Rodríguez Barba, 2014, p. 3. Tradução nossa).

⁶ Cummings, M. **Cultural diplomacy and the United States Government: a survey**. Center for Arts and Culture, 2003. 15 f. Disponível em: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3341740>. Acesso em: 02 dez. 2025.

relacionamentos, aumentar a cooperação sociocultural, promover interesses nacionais e muito mais. (ICD, [20-?])⁷.

Segundo o ICD, sua prática pode ser conduzida pelo setor público, privado ou pela sociedade civil e possui “a capacidade única de influenciar a ‘opinião pública global’ e ideologias de indivíduos, comunidades ou nações” (ICD, [20-?]).

A diplomacia cultural é um elemento fundamental para auxiliar na construção de relações entre países e principalmente na fundamentação e construção da imagem de cada nação. Ainda de acordo com o ICD a diplomacia cultural “quando aprendida e aplicada em todos os níveis, possui a capacidade única de influenciar a “opinião pública global” e ideologia de indivíduos, comunidades ou nações” (ICD, [20-?])⁸.

Novais (2020, p. 59) reforça essa compreensão ao definir diplomacia cultural como “a atuação dos países no âmbito das relações internacionais por meio de ações simbólicas as quais têm sido utilizadas com objetivos os mais diversos”. Em contraste, Rodríguez Barba (2015, p. 38) apresenta uma definição mais operacional, segundo a qual:

[...] a diplomacia é definida como o conjunto de estratégias e atividades realizadas pelo Estado (e/ou seus representantes) no exterior através da cooperação cultural, educacional e científica [...] com o objetivo de cumprir os objetivos política externa, [...] promover os valores e a cultura do país no exterior, além de destacar uma imagem positiva do país (Rodríguez Barba, 2015, p. 38).⁹

Novais (2020, p. 59) enfatiza ainda que, no cenário contemporâneo, a diplomacia cultural constitui um “instrumento do jogo de poder dos Estados na arena das relações internacionais”, sendo fortemente orientada por fatores econômicos que estruturam as políticas externas.

Em seu trabalho, Jesus (2019) compila outras definições relevantes. Cynthia P. Schneider (2006 *apud* Jesus, 2019)¹⁰ descreve a diplomacia cultural como o emprego de expressões criativas e da troca de ideias, informações e pessoas para fomentar a

⁷ Cultural Diplomacy may best be described as a course of actions, which are based on and utilize the exchange of ideas, values, traditions and other aspects of culture or identity, whether to strengthen relationships, enhance socio-cultural cooperation, promote national interests and beyond (ICD, [20-?]. Tradução nossa).

⁸ Cultural diplomacy, when learned and applied at all levels, possesses the unique ability to influence the “Global Public Opinion” and ideology of individuals, communities, cultures or nations. (ICD, [20-?]. Tradução nossa).

⁹ En este escrito se define la diplomacia cultural como el conjunto de estrategias y actividades llevadas a cabo por el Estado (y/o sus representantes) en el exterior a través de la cooperación cultural, educativa y científica [...] con la finalidad de llevar a cabo los objetivos de política exterior, [...] promover los valores y la cultura del país en el exterior, así como destacar una imagen positiva del país (Rodríguez Barba, 2015, p. 38. Tradução nossa).

¹⁰ SCHNEIDER, C. P. Cultural Diplomacy: Hard to define, but you'd know it if you saw it. **The Brown Journal of World Affairs**, v. 13, n. 1, outono-inverno 2006, p. 191-203.

compreensão mútua. Nessa mesma linha, Milton Cummings (2009 *apud* Jesus, 2019)¹¹ entende a diplomacia cultural como ferramenta destinada a nutrir a compreensão entre nações e povos, podendo envolver, inclusive, a simples apresentação da herança cultural e histórica de um país. Bijos e Arruda (2010, p. 37) reforçam afirmando que “a diplomacia cultural é responsável por criar e implementar projetos nos quais a cultura será difundida, atuando na defesa dos valores nacionais, visando à inserção internacional daquele país”.

Por fim, destaca-se a necessidade de distinguir diplomacia cultural de *soft power*, conceitos que dialogam, mas não se sobrepõem. Cunhado pelo teórico das Relações Internacionais Joseph Nye na década de 1980, o termo *soft power* refere-se ao poder brando de uma nação. Para o autor:

Na política internacional, o poder brando de um país baseia-se principalmente em três recursos: a sua cultura (em locais onde é atraente para outros); os seus valores políticos (quando os cumpre no país e no estrangeiro); e as suas políticas externas (quando são vistas como legítimas e com autoridade moral) (NYE, 2019, p. 8 *apud* Coutinho, 2024, p. 20)¹².

Conforme argumenta Lee (2009a), uma das formas mais eficazes de operacionalizar o *soft power* consiste na utilização de celebridades, uma vez que essas figuras públicas possuem significativa capacidade de difundir discursos e influenciar percepções. O autor enfatiza que “celebridades internacionalmente famosas são grandes ativos de soft power” (2009, p. 126), razão pela qual denomina essa abordagem de estratégia dos “Heroes and Celebrities”. Segundo Lee, “heróis e celebridades podem exercer *soft power* ao se tornar modelos a serem seguidos e ao fazer comentários ou ao criar instituições de caridade para determinados valores universais” (2009, p. 129a). Dessa maneira, tais personalidades são capazes de mobilizar agendas e contribuir para o alcance de metas em nível nacional ou internacional. Importa ressaltar que essas ações podem ocorrer tanto em cooperação com o governo e outras entidades quanto de forma independente. Nesse contexto, Lee identifica as celebridades vinculadas à Hallyu como um exemplo paradigmático da aplicação da estratégia “Heroes and Celebrities”.

Com base na discussão apresentada, torna-se evidente que a articulação entre cultura, política externa e projeção internacional constitui um eixo estratégico central para a compreensão da diplomacia sul-coreana contemporânea. A utilização de agentes culturais

¹¹ CUMMINGS, M. **Cultural Diplomacy and the United States Government**: a survey. American For The Arts, jun. 2009. 15 f. Disponível em: <https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/MCCpaper.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2025.

¹² NYE, Joseph S. Soft Power and Public Diplomacy Revisited. **The Hague Journal of Diplomacy**, v. 14, p. 7-20, 22 abr. 2019. Disponível em: https://brill.com/view/journals/hjd/14/1-2/article-p7_2.xml. Acesso em: 02 dez. 2025.

como instrumentos de *soft power* demonstra não apenas a consolidação da *Hallyu* como vetor de influência global, mas também a capacidade do Estado de instrumentalizar tais manifestações em prol de objetivos diplomáticos mais amplos. Nesse sentido, torna-se pertinente avançar para o próximo capítulo, no qual serão examinados, de forma mais detalhada, o surgimento e o processo de consolidação da *Hallyu*, permitindo compreender as bases históricas e estruturais que sustentam sua projeção contemporânea.

3 ONDA COREANA

A compreensão do surgimento da *Hallyu Wave* e da produção acadêmica que a acompanha é fundamental para validar a análise dessa iniciativa governamental. A *Hallyu Wave*, ou “onda coreana”, constitui o termo empregado para descrever a expansão global dos produtos culturais sul-coreanos, que se consolidou como instrumento central de *soft power* na intensificação da política externa do país. Tal expansão, difundida por meio da música, cinema, televisão, língua e gastronomia, contribuiu significativamente para a projeção internacional da Coreia do Sul e para seu fortalecimento enquanto economia global (Corcione, 2023).

O desenvolvimento desse fenômeno deve ser compreendido à luz da “crise dos tigres asiáticos”, período em que a Coreia do Sul enfrentou uma queda de 8% do PIB em apenas um ano, acompanhada por desequilíbrios econômicos internos, aumento do desemprego, demissões em massa e ampliação da população vivendo abaixo da linha da pobreza. Para reverter esse cenário, o governo adotou medidas como reindustrialização, otimização do comércio exterior, ampliação do setor tecnológico e investimentos estratégicos no campo cultural (Corcione, 2023).

Os incentivos culturais iniciaram-se ainda na década de 1980, sobretudo na indústria televisiva, com subsídios destinados à produção de novelas e dramas e à exportação desses conteúdos para países vizinhos, como China e Japão (Corcione, 2023). De acordo com o Korean Culture and Information Service (KOCIS, 2011), o drama “What is Love” tornou-se o conteúdo importado mais assistido na China em 1997; no Japão, “Winter Sonata” popularizou a *Hallyu* em 2004, atingindo quase 40% da população japonesa (Kim, 2013, p. 6).

A indústria cinematográfica também ganhou destaque, especialmente em 2020, com o filme “Parasita”, de Bong Joon-Ho, ganhador de múltiplos prêmios no Oscar. A partir disso, plataformas de streaming passaram a investir intensamente em produções sul-coreanas, como a série “Squid Game”, ou “Round 6”, que se tornou a produção mais assistida mundialmente (KOCIS, 2022).

Na década de 1990, o governo passou a fomentar a indústria musical, impulsionando o desenvolvimento do K-pop. Esse movimento foi liderado por Lee Soo-Man, fundador da SM Entertainment, responsável pelo grupo pioneiro Seo Taiji and Boys, cuja experimentação estética transformou a cena musical sul-coreana (Ballerini, 2017, p. 150). Em seguida surgiram a YG Entertainment e a JYP Entertainment, que, junto

à SM, formariam o chamado “The Big Three”, responsáveis pela consolidação dos principais grupos de K-pop entre 2005 e 2010 (Coutinho, 2024).

Segundo Kim (2022, p. 127) o governo viu a onda coreana como uma nova fonte de renda por meio do aumento das exportações e do turismo. Isso se tornou cada vez mais relevante à medida que a onda coreana se expandia [...] A onda coreana tornou-se um importante componente.¹³ Ainda nesse sentido, Kim (2022, p. 130) afirma que a popularidade de *Hallyu Wave* não é apenas economicamente benéfica para a Coreia do Sul e sua economia, mas também aumenta o interesse do público internacional na Coreia do Sul em geral.¹⁴

Em consonância, Zhidkov (2014) destaca os esforços do país em exportar sua cultura globalmente, em sua obra “Elementos da cultura sul-coreana *soft power*” quando escreve que “não se pode deixar de notar os esforços da Coreia do Sul em exportar sua cultura mundialmente, seja do kimchi (prato típico que consiste em uma conserva de legumes apimentados) até o K-pop”. Ainda nesse sentido, Nye (2009 *apud* Valieva, 2018)¹⁵ disse:

A República da Coreia um potencial excepcional de “*soft power*”, pois tem uma experiência extremamente bem-sucedida de desenvolvimento, modernização e avanço tecnológico, bem como um sistema democrático altamente desenvolvido sistema político com um mecanismo diferido para a transição pacífica de poder de partido para partido, garantir a proteção universal dos direitos humanos e das liberdades (Nye, *apud* Valieva, 2018, p. 210).

Haddad, Mendonça e Constâncio (2021) observam que o governo tem incentivado o distrito de Chang Dong, em Seul, a transformar-se no “bairro do K-pop”, reunindo centros de produção, arenas e espaços de consumo cultural. Sob a administração de Moon Jae-in, o estímulo à diplomacia cultural se intensificou, e, como destaca Song (2020 *apud* Kim, 2022, p. 127)¹⁶, foi criado um departamento específico para a *Hallyu* dentro do Ministério da Cultura, com estratégias voltadas para diversificação e sustentabilidade do conteúdo cultural.

¹³ The government viewed the Korean wave as a new source of income via enhanced exports and tourism. This became increasingly relevant as the Korean wave expanded to include other exports such as online games, beauty products, and fashion. The Korean wave became an important component. (Kim, 2022. Tradução Nossa)

¹⁴ The popularity of *Hallyu* is not only economically beneficial for South Korea and its economy but also increases the international audiences’ interest in South Korea overall. (Kim, 2022. Tradução Nossa)

¹⁵ NYE, Joseph S. South Korea’s growing soft power. **Project Syndicate**, Nova York, 2009. Disponível em: <https://www.project-syndicate.org/commentary/south-korea-s-growing-soft-power-2009-11>. Acesso em: 27 nov. 2025.

¹⁶ SONG, Seung-hyun. Government’s *Hallyu* department announces plans to support *Hallyu* expansion. **The Korea Herald**, Seul, 2020. Disponível em: <https://www.koreaherald.com/article/2369178>. Acesso em: 28 nov. 2025.

Dessa forma, Kim (2022) enfatiza que o governo sul-coreano desempenha papel decisivo na consolidação da *Hallyu*, o que evidencia sua atuação na construção de uma política externa pautada no uso estratégico da cultura. Contudo, ressalta-se que os chaebols (conglomerados empresariais familiares) também desempenham função essencial, tendo consolidado sua influência na economia desde os anos 1970 e se mantendo como importantes investidores na *Hallyu* (Coutinho, 2024).

A literatura especializada converge ao reconhecer que a expansão da *Hallyu* ocorreu em distintas fases. Conforme Martins (2022), há três ondas principais: a primeira (1990–2000), marcada pela exportação de produções televisivas; a segunda (anos 2010), impulsionada pelo K-pop; e a terceira, relacionada à difusão de bens culturais, moda, culinária, jogos eletrônicos e idioma. Hannah Jun (2017) acrescenta a existência de uma quarta onda, centrada no K-style e na ampliação da influência cultural.

Carvalho (2019) detalha essas fases com base em Jin (2012) e Jun (2017):

- Hallyu 1.0: conforme supracitado, a primeira leva de produtos culturais sulcoreanos, os dramas, adentrou o Leste e Sudeste Asiático, sendo o primeiro mercado o chinês, proporcionando reaquecimento das relações estagnadas após o final da Guerra da Coreia. Assim, calcula-se que o montante de exportação de programas televisivos (aqui não apenas as telenovelas, como também programas de entretenimento e animações) aumentou 27,4 vezes entre 1995 e 2006 (em termos de capital, de US\$5,5 milhões em 1995 para US\$150,9 milhões em 2007) (JIN, 2012, p. 5);
- Hallyu 2.0: a partir de 2007, o impacto das inovações tecnológicas como redes sociais e smartphones tornou-se aliada dos produtos culturais sulcoreanos, abrindo um meio para que esses impactassem outras regiões do planeta. Os jogos online passaram a rivalizar com filmes e músicas, permitindo que essa indústria também sofresse um desenvolvimento significativo, tornando-se um dos principais itens de exportação. Já o Korean Pop (Kpop) também ganhou popularidade a ponto de terem sido exportados US\$80,9 milhões em música em 2010, enquanto no ano seguinte, atingiu-se a marca de US\$177 milhões (JIN, 2012, p. 6). Uma das principais razões para o crescimento a nível regional e global desse estilo musical deve-se à presença de grandes empresas de entretenimento: SM Entertainment, YG Entertainment e JYP Entertainment (JUN, 2017, p. 156).
- Hallyu 3.0: apresenta foco em cosméticos, saúde, alimentação e software/entretenimento. Assim, marcas de cosméticos se apresentam estrategicamente em k-dramas e k-movies, mas também recrutam atores e atrizes como modelos e “embaixadores” como forma de estimular a popularidade dos produtos (JUN, 2017, p. 156).
- Hallyu 4.0: Hannah Jun (2017, p. 157) destaca a existência de um quarto momento de expansão para que a Hallyu Wave atinja a onipresença, ou seja, “um esforço para quantificar a penetração do conteúdo da Hallyu, ou um acúmulo de Hallyu 1.0 a 3.0” (JUN, 2017, p. 157. Tradução própria); buscando, para tanto, parcerias globais, particularmente com a China e países do Sudeste da Ásia. A partir disso, em janeiro de 2017, a companhia CJ E&M lançou uma estação de televisão com rede de assinaturas pagas e a operadora de telecomunicações StarHub Ltd. em Cingapura, com o canal para se especializar em filmes sul-coreanos; enquanto em abril novos canais para veicular produtos culturais sul-coreanos na Malásia, Vietnã e Hong Kong foram abertos.

O plano de avançar para o ocidente e, mais tarde, alcançar o mercado global iniciou apenas no que se entende como terceira geração dentre os grupos de K-pop, de 2012 a 2017 e seu objetivo era a desterritorialização do K-pop, utilizando de elementos da cultura norte-americana e o tornando mais americanizado buscando atingir o público ocidental (Corcione, 2023). Outra estratégia adotada foi o uso massivo das redes sociais como vitrine para a promoção dos grupos de K-pop. Essa prática não se limitou à divulgação dos vídeos oficiais das músicas, passando a incluir conteúdos que expõem os processos que acontecem por trás das câmeras, tais como registros de *behind the scenes* dos vídeos e das gravações das músicas em estúdio, materiais de práticas de dança e conteúdos do tipo *vlog*¹⁷. Estes *vlogs* abrangem diferentes modalidades, desde viagens e compromissos profissionais até registros do cotidiano dos *idols* gravados nas residências e dormitórios dos próprios *idols*.

Foi no ano de 2012 que a *Hallyu Wave* alcançou seu ápice, com a música “Gangnam Style” do cantor Psy. Esta que alcançou proporções até então nunca antes vistas, sendo o primeiro vídeo postado no Youtube a ultrapassar a marca de 1 bilhão de visualizações e chegou a entrar para o Guinness World Records como o clipe mais curtido do Youtube (Coutinho, 2024).

Coutinho (2024) conclui afirmando que, embora o setor privado tenha sido o primeiro a direcionar esforços para a consolidação da *Hallyu Wave*, o aporte governamental revelou-se fundamental para a sua ampla difusão. A administração governamental integrou a *Hallyu* a um projeto nacional estratégico, instituindo mecanismos específicos para promover a exportação de produtos culturais e oferecendo a esse segmento um nível de suporte semelhante ao anteriormente destinado às indústrias automobilística e de eletrônicos. Assim, a expansão da Onda Coreana resultou da articulação entre iniciativas privadas e políticas públicas de incentivo.

À luz dessa discussão, o capítulo seguinte examinará mais detidamente as ações governamentais que orientam o uso da *Hallyu* como instrumento de diplomacia cultural, bem como as implicações dessa estratégia para a projeção internacional da Coreia do Sul.

¹⁷ Vídeo gravado como se fosse um diário, mostrando o dia a dia de quem está gravando.

4 A ONDA COREANA COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA CULTURAL

Conforme discutido no capítulo anterior, a diplomacia cultural constitui um instrumento de política externa que se vale de elementos culturais para promover a imagem e os interesses de um Estado — recurso amplamente utilizado pela Coreia do Sul. De acordo com o Ministério das Relações Exteriores do país (MOFA), a diplomacia pública vem se consolidando como o terceiro pilar da política externa sul-coreana, ao lado das dimensões política e econômica (Gentil, 2017) Nesse sentido, o MOFA afirma que:

A política externa de hoje [da Coreia do Sul] se expande além dos atores governamentais para a sociedade civil e organizações não governamentais. Tem se tornado incrivelmente importante utilizar não apenas meios de hard power, como assuntos políticos, de segurança e econômicos, mas também meios de soft power, como a cultura, valores compartilhados e imagem nacional (MOFA, 2017 *apud* Gentil, 2017, p. 5)¹⁸.

Diante dessa perspectiva, o presente capítulo examina as principais iniciativas implementadas pelo Estado sul-coreano que possibilitaram sua consolidação como potência no uso estratégico do *soft power*, especialmente no âmbito da diplomacia cultural e das relações internacionais.

4.1 Ações do governo sul-coreano

A Coreia do Sul reconheceu o poder da *Hallyu* como ferramenta diplomática no início dos anos 2000, quando o drama “Winter Sonata” se tornou um fenômeno no Japão e acabou por estreitar a relação política entre os países, estes que possuíam problemas políticos desde a invasão japonesa à Coreia (1910-1945). A partir daí o governo implementou políticas estruturadas para apoiar a expansão do conteúdo cultural, como veremos a seguir.

O quadro a seguir, elaborado por Pinheiro (2025, p. 13), sintetiza as principais iniciativas implementadas pelo governo sul-coreano no domínio da política cultural ao longo de diferentes períodos e administrações.

¹⁸ COREIA DO SUL. Ministério das Relações Exteriores. **Overview**, 2017. Disponível em: http://www.mofa.go.kr/ENG/policy/culture/overview/index.jsp?menu=m_20_150_10. Acesso em: 03 mar. 2017.

Quadro 1 - Resumo das ações dos Governos Sul-Coreanos (1963-2022)

Governos Autoritários (Park ChungHee 1963-1979; Chun DooHwan 1980-1988)	Investimento inicial focado em identidade nacional e controle cultural, com forte censura e restrições.
Roh TaeWoo (1988-1993)	Abertura cultural com os Jogos Olímpicos; remoção parcial de restrições, indústria ainda incipiente.
Kim YoungSam (1993-1998)	Expansão da globalização, promoção da cultura tradicional e fim da censura cultural.
Kim DaeJung (1998-2003)	Início da <i>Hallyu</i> , criação da KOCCA, incentivos públicos à cultura e exportação cultural.
Roh MooHyun (2003-2008)	Aumento expressivo do orçamento cultural, fortalecimento do intercâmbio global e expansão do <i>kpop</i> .
Lee MyungBak (2008-2013)	Consolidação da exportação cultural, financiamento estatal para novelas, filmes e infraestrutura cultural.
Park GeunHye (2013-2017)	Novo aumento do orçamento, foco em consolidar a Coreia como nação cultural avançada e pós-industrial.
Moon JaeIn (2017-2022)	Políticas de fortalecimento dos laços culturais com ASEAN, coproduções e diplomacia cultural (<i>kpop diplomacy</i>).

Fonte: Pinheiro (2025, p.13)

Como demonstra o quadro apresentado, nas fases iniciais o governo sul-coreano atuava predominantemente como órgão regulador e censor da produção cultural. Em 1961, após o golpe de Estado conduzido pelo Major-General Park Chung Hee, instaurou-se no país um regime autoritário que perdurou sob dois mandatos centrais: o próprio Park Chung Hee (1963–1979) e, posteriormente, Chun Doo Hwan (1980-1988). As ações governamentais desse período incluíram a instrumentalização da indústria cinematográfica como mecanismo de apoio político, bem como a promulgação da “Motion Picture Law”, legislação que delimitava rigidamente os tipos de conteúdo autorizados à produção nacional. Além disso, foi instituído o Plano de Desenvolvimento Cultural, responsável pela criação de museus dedicados à arte tradicional. Contudo, apesar do discurso oficial de fortalecimento da cultura nacional, verificou-se uma significativa restrição à circulação de conteúdos estrangeiros: enquanto produtos hollywoodianos tiveram sua entrada severamente limitada, obras japonesas chegaram a ser totalmente proibidas (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025).

O regime autoritário permaneceu vigente até 1988, quando ocorreu a eleição do

primeiro presidente por via democrática. Roh Tae Woo, que governou entre 1988 e 1993, conduziu uma administração voltada à reconfiguração da imagem internacional da Coreia do Sul e à implementação de reformas no sistema de bem-estar social. Seu mandato buscou reduzir os traços autoritários do Estado, ao mesmo tempo em que promoveu o fortalecimento de pequenas e médias empresas, anteriormente marginalizadas pela predominância dos grandes conglomerados familiares tradicionalmente apoiados pelo governo. Um marco relevante desse período foi a realização dos Jogos Olímpicos de Seul, em 1988, que ampliou significativamente a presença e a atuação da mídia internacional no país. Ademais, o governo Roh aboliu restrições à importação de produtos midiáticos estrangeiros, promovendo maior abertura cultural e diversificação do mercado interno. Importa salientar, ainda, que foi nesse mesmo contexto que o grupo Seo Taiji and Boys alcançou grande popularidade nacional, marcando um ponto de inflexão na cena musical sul-coreana (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025; Silva; Geraldello, 2024).

No governo subsequente, liderado por Kim Young Sam (1993–1998), a indústria cultural passou a receber reconhecimento institucional e centralidade nas estratégias de desenvolvimento nacional. Sua administração priorizou o avanço tecnológico e o investimento sistemático no setor cultural, promovendo um conjunto abrangente de reformas. Entre as medidas implementadas, destaca-se a reestruturação do Ministério da Cultura e Esportes, que passou a denominar-se Ministério da Cultura, Esportes e Turismo, sendo integrado à Agência de Informação Pública, com o objetivo de intensificar a cooperação entre os setores de cultura, turismo, artes e radiodifusão. Outras iniciativas relevantes incluíram: a criação da Lei Básica para a Promoção da Indústria Cultural; a instituição do Escritório da Indústria Cultural; a determinação de que os conglomerados familiares (*chaebols*) como a Samsung e a LG investissem na produção de dramas e filmes nacionais e a formulação de um plano quinquenal de desenvolvimento cultural, que previa o treinamento e formação de novos talentos no âmbito universitário (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025; Silva; Geraldello, 2024).

Dando continuidade às políticas culturais inauguradas por seu antecessor, Kim Dae Jung (1998–2003) aprofundou de maneira significativa o desenvolvimento da indústria cultural sul-coreana, chegando a autoproclamar-se o “Presidente da Cultura”. Sua administração concentrou investimentos estratégicos em k-dramas, K-pop e jogos eletrônicos, compreendendo esses setores como vetores centrais de expansão econômica e diplomática. Entre as principais iniciativas governamentais, destacam-se a promulgação da “Basic Law for Cultural Industries Promotion”, que institucionalizou a indústria cultural

como responsabilidade do Estado, e da “Recorded Music, Video and Games Law”, que reafirmou a competência estatal sobre os segmentos musical, audiovisual e de games. Além disso, sua gestão criou um fundo destinado ao fomento do cinema nacional e instituiu a Korean Culture & Content Agency (KOCCA), órgão que permanece essencial para a sustentação e a difusão da *Hallyu* na atualidade. Considera-se, portanto, que o governo de Kim Dae Jung marca o início efetivo da *Hallyu Wave*; entretanto, observa-se que, nesse período inicial, o Estado ainda atribuía à expansão da *Hallyu* um caráter predominantemente econômico, e não propriamente político (Coutinho, 2024).

É no governo de Roh Moo Hyun (2003–2008) que a *Hallyu* começa sua expansão global. A administração investiu nas Indústrias de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), que se tornaram pilares da economia nacional e desempenharam papel fundamental na projeção internacional da cultura sul-coreana. Nesse período, a *Hallyu* passou a ser interpretada sob uma ótica industrial, alinhada ao slogan “Creative Korea”, que posicionava as indústrias culturais como incubadoras de uma nova economia. Também foi criado o Korean Foundation for International Culture Exchange (KOFICE), vinculado ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo, com o objetivo de promover intercâmbios culturais internacionais. Roh manteve o fundo de fomento à indústria cultural instituído pelo governo anterior, ampliando-o em mais de 100 bilhões de won (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025).

A gestão de Lee Myung Bak (2008–2013) marcou o início do uso explícito da *Hallyu* como instrumento de *soft power*. Desde o início de seu mandato, Lee incorporou o termo *Hallyu* em seus discursos, visando aprimorar a imagem nacional e expandir a economia por meio da valorização cultural. Para tanto, criou o Presidential Council on Nation Branding (PCNB), responsável por fortalecer a marca nacional e implementar programas voltados à manutenção do sucesso da Onda Coreana. Entre suas iniciativas destacam-se a criação do Kim Sejong Institute, com unidades em diversos países — inclusive no Brasil —, destinado ao ensino da língua e cultura coreanas, e o financiamento da exportação de k-dramas para países em desenvolvimento. Sua administração favoreceu ainda a exibição de filmes sul-coreanos em festivais internacionais como Cannes, Berlim e Veneza. No âmbito do K-pop, verifica-se o aumento da presença de membros estrangeiros — sobretudo japoneses e chineses — como estratégia de ampliação de mercado. Foi nessa gestão que o K-pop alcançou projeção global com o sucesso de “Gangnam Style”, em 2012 (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025).

A presidência de Park Geun-hye (2013–2017) deu continuidade a essa agenda, ampliando em 25% o orçamento destinado à cultura por meio do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. Os recursos foram direcionados à abertura de centros culturais e de novos institutos King Sejong ao redor do mundo. Sua gestão promoveu o “enriquecimento cultural” e o “estilo coreano” (K-style), priorizando a expansão da indústria cultural e o aumento do *soft power* sul-coreano. Park também investiu fortemente nas TICs, reconhecendo seu papel estratégico para a expansão global da *Hallyu* (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025; Silva; Geraldello, 2024).

A gestão de Moon Jae In (2017–2022) enfrentou um período complexo para a *Hallyu*, sobretudo devido à instalação do Terminal de Defesa da Área de Alta Altitude (THAAD)¹⁹ em resposta às ameaças nucleares da Coreia do Norte, o que deteriorou as relações diplomáticas com a China. Em retaliação, o governo chinês instaurou um boicote ao consumo de produtos culturais sul-coreanos, impactando severamente as indústrias vinculadas à *Hallyu*, dado o peso do mercado chinês. A fim de mitigar a crise, foi lançada a “Nova Política do Sul”, destinada a fortalecer laços econômicos com os países da Associação de Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) e reduzir a dependência sul-coreana em relação à China. A gestão de Moon também se destacou por iniciativas de aproximação com a Coreia do Norte, como o evento musical realizado em Pyongyang em 2018, que contou com apresentações de artistas de *trot* e K-pop, bem como a presença do líder Kim Jong Un. Apesar das adversidades iniciais, foi durante esse governo que a *Hallyu* atingiu seu auge global (Coutinho, 2024; Pinheiro, 2025; Silva; Geraldello, 2024).

Já o governo de Yoon Suk Yeol (2022–2025) propôs, logo no início de seu mandato, uma reestruturação das organizações culturais vinculadas ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. Entre suas iniciativas, destaca-se o K-brand Hallyu Marketing Support Project, destinado a promover pequenas e médias empresas por meio da *Hallyu* (Pinheiro, 2025).

Por fim, as diretrizes do governo de Lee Jae Myung (2025–atual) para o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo incluem: a expansão do consumo em cultura, esportes e turismo para revitalizar a economia; o fortalecimento de micro e pequenas empresas; a ampliação de programas de assistência cultural a grupos vulneráveis; o desenvolvimento equilibrado das regiões por meio da criação de polos culturais e de ecossistemas artísticos locais; o estímulo às indústrias de conteúdo, turismo e esportes como motores de

¹⁹ Sistema de mísseis antibalísticos do Exército dos EUA. Fonte: Wikipédia, 2025. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Terminal_High_Altitude_Area_Defense. Acesso em: 05 dez. 2025.

crescimento e exportações; a promoção de uma sociedade inclusiva por meio da cultura; e a expansão global da cultura coreana mediante intensificação dos intercâmbios internacionais e difusão da língua coreana, do taekwondo e da cultura tradicional (Coreia do Sul, 2025b).

4.2 O grupo BTS e passaporte diplomático

Como discutido anteriormente, a *Hallyu* vem sendo utilizada como ferramenta de diplomacia pela Coreia do Sul. Essa estratégia torna-se evidente ao observarmos que a participação de grupos de K-pop em encontros internacionais constitui uma prática recorrente entre presidentes da Coreia do Sul. Exemplo disso foi a vinda do grupo Shinee ao Brasil, em 2015, acompanhando a então presidente Park Geun Hye; de modo semelhante, o grupo EXO esteve presente em uma reunião entre o presidente Moon Jae In e o presidente norte-americano Donald Trump, em 2019. O próprio Moon também levou o grupo Stray Kids ao evento Dubai EXPO, em 2020. Contudo, o episódio que mais atraiu atenção internacional foi a ida do grupo Red Velvet à Coreia do Norte, em uma iniciativa voltada à aproximação intercoreana, conforme já analisado no contexto das ações diplomáticas de Moon Jae In (Souza; Silva, 2023, p. 13).

Nesse cenário, o BTS destaca-se como um dos principais instrumentos diplomáticos da Coreia do Sul. Formado pela Big Hit Entertainment em 2013, o grupo tornou-se o nome mais reconhecido globalmente dentro do K-pop, alcançando marcos internacionais, como o topo da Billboard em 2018. Em 2022, o grupo movimentou sozinho cerca de US\$ 4,9 bilhões para o PIB sul-coreano (Coutinho, 2024). A influência do BTS na diplomacia cultural é tamanha que, em 2017, em parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), o grupo lançou a campanha global “Love Myself” contra a violência e o bullying, tornando-se embaixador da organização (Martins, 2022; Coutinho, 2024; Silva; Geraldello, 2024).

Em 2021, o então presidente Moon Jae In nomeou o grupo como “enviado especial do país para representar a diplomacia pública em eventos oficiais internacionais”. De acordo com o governo, a iniciativa visava permitir que o BTS difundisse mensagens de encorajamento e otimismo entre os jovens, engajando-se em ações relacionadas a temas centrais da agenda contemporânea, como meio ambiente, pobreza, desigualdade social e respeito à diversidade. Além disso, a nomeação buscava “aumentar a consciência sobre as agendas globais, como o desenvolvimento sustentável para gerações futuras, e fortalecer o

poder diplomático da nação em todo o mundo” (Presidente escolhe BTS..., 2021; Silva; Geraldello, 2024).

Ainda em 2021, os integrantes do BTS receberam passaportes diplomáticos (Figura 1) das mãos do presidente Moon, com a finalidade de representar oficialmente a Coreia do Sul em um discurso especial na 76ª Assembleia Geral das Nações Unidas, realizada em Nova York. Na ocasião, o grupo incentivou jovens a se vacinarem contra a Covid-19 e reafirmou o compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (ONU, 2021). Segundo Moon, o convite para a participação do grupo partiu principalmente da própria ONU (Silva; Geraldello, 2024). Vale destacar que o BTS já havia discursado em outros dois anos: em 2018, como embaixador da campanha “Geração Sem Limites”, voltada a garantir educação, formação ou emprego para todos os jovens até 2030; e em 2020, de forma virtual, devido à pandemia, quando encorajou os jovens a manter a esperança diante da crise sanitária (Coutinho, 2024).

Figura 1 - BTS com os passaportes diplomáticos



Fonte: BTS recebe passaportes diplomáticos das mãos do presidente da Coreia do Sul (2021). Disponível em:

<https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/09/bts-recebe-passaportes-diplomaticos-das-maos-do-presidente-da-coreia-do-sul.html>. Acesso em: 11 dez. 2025.

A utilização do passaporte diplomático pelo BTS insere-se, portanto, em um quadro mais amplo de articulação entre cultura, diplomacia e projeção internacional da Coreia do Sul. Como representantes de uma das expressões mais emblemáticas da *Hallyu*, os integrantes do grupo passaram a exercer formalmente funções de diplomacia pública, atuando em espaços estratégicos, como assembleias da ONU e iniciativas globais voltadas à juventude. O uso desse documento, tradicionalmente reservado a autoridades estatais, evidencia não apenas o reconhecimento institucional do papel geopolítico desempenhado pelo BTS, mas também a consolidação das indústrias culturais como ferramentas centrais da política externa sul-coreana. Assim, constitui um exemplo paradigmático da mobilização do *soft power* cultural para reforçar a imagem nacional e ampliar a influência da Coreia do Sul no cenário internacional. Trata-se, portanto, de um exemplo paradigmático da forma como o *soft power* cultural é mobilizado para reforçar a imagem nacional e ampliar a influência da Coreia do Sul no cenário global.

4.2.1 O grupo BTS e visita a Casa Branca

Outro episódio de grande relevância foi o convite dirigido ao BTS pelo então presidente dos Estados Unidos, Joe Biden, para comparecer à Casa Branca e discutir medidas de enfrentamento ao racismo contra asiáticos no país (Figura 2). A participação do grupo em um dos centros mais emblemáticos da política norte-americana evidencia não apenas o alcance transnacional do K-pop, mas também o modo como artistas podem atuar como mediadores em pautas sociais sensíveis. Em reconhecimento ao impacto positivo de suas mensagens voltadas ao público jovem, todos os integrantes do grupo receberam da Casa Branca o título de “embaixadores da juventude” graças às mensagens positivas que são passadas por eles para o público e por servirem como uma voz aos jovens americanos e do mundo (Souza; Silva, 2023).

Figura 2 - BTS discursando na Casa Branca



Fonte: Kevin Dietisch (2022).

O convite feito ao BTS para discursar na Casa Branca representa um marco relevante na consolidação da diplomacia cultural como componente estratégico das relações internacionais contemporâneas. Ao serem chamados a participar de uma agenda oficial do governo dos Estados Unidos — espaço tradicionalmente reservado a líderes políticos, especialistas e representantes institucionais —, os integrantes do grupo não apenas reforçam seu papel como atores globais de influência, mas também evidenciam o reconhecimento, por parte de uma das maiores potências mundiais, do impacto sociopolítico exercido pelo K-pop. A participação do grupo em um pronunciamento cujo foco era o combate à discriminação contra asiáticos e a promoção da diversidade demonstra como produtos culturais podem ser mobilizados em favor de causas públicas, ampliando o alcance e a legitimidade das mensagens difundidas. Nesse sentido, o episódio constitui um exemplo paradigmático do modo como o *soft power* cultural é integrado às práticas diplomáticas, fortalecendo laços bilaterais e contribuindo para a construção de narrativas globais compartilhadas.

A presença de um grupo sul-coreano na Casa Branca reveste-se de significativa importância simbólica e diplomática, uma vez que esse espaço constitui um dos principais palcos de recepção e diálogo entre atores governamentais no cenário internacional. Ao

receber um grupo oriundo da indústria cultural — tradicionalmente à margem das dinâmicas diplomáticas formais —, a Casa Branca não apenas reconhece a legitimidade do *soft power* sul-coreano, mas também evidencia a crescente centralidade das expressões culturais na mediação de agendas políticas contemporâneas. Tal gesto reforça a projeção global da Coreia do Sul, ao mesmo tempo em que amplia o alcance e a legitimidade de suas iniciativas de diplomacia pública, demonstrando que produtos culturais podem atuar como vetores estratégicos de aproximação bilateral, diálogo político e construção de novas formas de influência no sistema internacional.

A repercussão internacional do encontro contribuiu, ademais, para fortalecer a imagem da Coreia do Sul como país comprometido com causas universais, ao mesmo tempo em que reafirmou o caráter transnacional da *Hallyu*. O episódio evidencia que o BTS transcendeu a condição de grupo musical, passando a atuar como agente diplomático capaz de fomentar diálogo intercultural e ampliar a visibilidade sul-coreana em arenas globais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise desenvolvida ao longo deste estudo permitiu compreender que a *Hallyu* constitui um dos mais bem-sucedidos projetos contemporâneos de diplomacia cultural, resultante de um esforço estatal contínuo de institucionalização, planejamento estratégico e articulação com setores privados. A trajetória histórica da política cultural sul-coreana evidencia que o Estado, especialmente a partir da década de 1990, reconheceu o potencial econômico, simbólico e político das indústrias culturais, passando a estruturá-las como parte integrante de sua política externa. Assim, a *Hallyu* deixou de ser um fenômeno espontâneo de circulação cultural para se transformar em um instrumento calculado de projeção internacional e fortalecimento do *soft power* da Coreia do Sul.

Esse movimento, consolidado nos governos de Kim Young Sam e Kim Dae Jung, instaurou bases institucionais que permitiram não apenas a expansão do K-pop, mas também de outras expressões culturais — como k-dramas, cinema, games e moda — articuladas de modo a promover uma imagem nacional renovada, moderna e globalmente atrativa. Ao articular cultura, tecnologia e políticas públicas, a Coreia do Sul posicionou-se como um modelo singular de utilização estratégica das indústrias culturais, compatível com as demandas do sistema internacional contemporâneo, no qual a influência simbólica se torna elemento fundamental das relações entre Estados.

A presença de artistas, produtores culturais e grupos de K-pop em eventos de alto nível, como encontros presidenciais, assembleias multilaterais e atividades de cooperação internacional, evidencia que a *Hallyu* foi incorporada como um recurso legítimo da diplomacia pública sul-coreana. Casos como a participação de Shinee, EXO, Stray Kids, Red Velvet e BTS em missões governamentais ilustram a amplitude desse fenômeno. Essas iniciativas demonstram que produtos culturais, ao alcançarem reconhecimento transnacional, podem atuar como mediadores eficazes na promoção de agendas políticas, sociais e econômicas, ampliando o alcance do discurso diplomático e aproximando públicos que tradicionalmente não se engajam com narrativas estatais.

Desse modo, a *Hallyu* não apenas reforça a imagem global da Coreia do Sul, mas também contribui para a construção de pontes diplomáticas e para a consolidação de uma presença internacional baseada em valores como criatividade, diversidade e cooperação. A repercussão global das ações culturais sul-coreanas demonstra que a cultura, quando tratada como política de Estado, pode gerar impactos significativos na legitimação

internacional de um país, fortalecendo suas relações exteriores e ampliando sua margem de influência.

Em síntese, conclui-se que a *Hallyu* constitui um fenômeno paradigmático do uso contemporâneo da cultura como instrumento de poder e diplomacia. Ao transformar bens culturais em vetores estratégicos de inserção internacional, a Coreia do Sul demonstra que o *soft power*, quando implementado de forma sistemática e institucionalizada, tem potencial para reconfigurar posições geopolíticas e fomentar novas dinâmicas no sistema internacional. Assim, a *Hallyu* se consolida não apenas como um sucesso cultural, mas como uma estratégia diplomática robusta, capaz de projetar a Coreia do Sul para além de sua dimensão territorial e econômica, inserindo-a de forma proeminente nos fluxos globais de influência cultural, política e simbólica.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Alberto. As transformações da diplomacia contemporânea. **Jornal da USP**, São Paulo. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=623732>. Acesso em: 16 nov. 2025.
- BALLERINI, Frantjesco. **Poder suave (soft power)**. São Paulo: Summus Editorial, 2017.
- BARÃO, Giulia Ribeiro. Cultura e diplomacia cultural no século XXI: proposta de revisão do pensamento brasileiro de relações internacionais. **Monções**, Dourados, v. 3, n. 5, jan./jun. 2014, p. 74-102. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/moncoes/article/view/3213>. Acesso em: 02 dez. 2025.
- BASSO, Murilo. De Parasita a K-Pop: a bilionária “onda coreana”. **Estadão**, São Paulo, 2023. E-Investidor. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/comportamento/kpop-parasita-a-bilionaria-onda-coreana/>. Acesso em: 26 nov. 2025.
- BERGER, Maurits; PLAS, Els van der; HUYGENS, Charlotte; AKRIMI, Neila; SCHNEIDER, Cynthia. **Bridge the gap, or mind the gap? Culture in western-arab relations**. Haia: Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2008. Disponível em: <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/access/item%3A2885198/download>. Acesso em: 02 dez. 2025.
- BERNARDO, Kaluan; NAÍSA, Leticia; BERTOLOTTO, Rodrigo. Geopolítica do K-Pop: a música que vira a cabeça (e os corpos) dos adolescentes faz parte de um projeto estatal. **UOL Tab**. 23 de mai. 2019. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/#linha-de-montagem-de-idolos>. Acesso em: 25 nov. 2025.
- BIJOS, Leila; ARRUDA, Veronica. A diplomacia cultural como instrumento de política externa brasileira. **Revista Diálogos**, v. 13, n. 1, ago. 2010, p. 33-53. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RDL/article/view/2912>. Acesso em: 27 nov. 2025.
- BTS RECEBE PASSAPORTES diplomáticos das mãos do presidente da Coreia do Sul. **Revista Quem**, 14 set. 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/07/presidente-escolhe-bts-para-representar-diplomacia-publica-da-coreia-do-sul.html>. Acesso em: 11 dez. 2025.
- CARVALHO, Fernanda Vieira. **Hallyu Wave**: reflexos da diplomacia cultural sul-coreana na relação bilateral com a China. 2019. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, João Pessoa, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/15558>. Acesso em: 26 nov. 2025.
- CASTRO, Brenda Caroline Geraldo. O salto sul coreano na economia-mundo capitalista: a inovação tecnológica como foco da industrialização. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL EM ECONOMIA POLÍTICA DOS SISTEMAS-MUNDO, 16., 2022, Florianópolis, SC.

Anais eletrônicos [...]. Florianópolis: UFSC, 2022. Disponível em: <https://gpepsm.paginas.ufsc.br/files/2023/01/Castro.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2025.

CERVO, A. **Inserção internacional**: formação dos conceitos brasileiros. Brasília: Saraiva, 2008.

CHUA, Beng Huat. **Structure, audience and soft power in east asian pop culture**. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2012.

CLEMENTE JÚNIOR, Sérgio dos Santos. Estudo de Caso x Casos para Estudo: esclarecimentos acerca de suas características. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 7., 2013. Caxias do Sul, RS. **Anais eletrônicos [...]**. Caxias do Sul: UCS, 2013. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/01/04_Clemente_Jr.pdf. Acesso em: 26 nov. 2025.

CORCIONE, Maria Rosaria Autieri dos Santos. **Hallyu Wave**: a exportação da cultura como instrumento de soft power sul-coreano. 2023. 45 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Faculdade Damas da Instrução Cristã, Recife, 2023. Disponível em: <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/academico/article/view/3066>. Acesso em: 02 dez. 2025.

COREIA DO SUL. Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. **K-Drama Opens Up a New Future**. [20-?]. Disponível em: <https://www.korea.net/AboutKorea/Korean-Wave/K-Drama-Opens-Up-A-New-Future>. Acesso em: 02 dez. 2025.

COREIA DO SUL. Ministério da Cultura, Esportes e Turismo. **2025 Policy Direction of the Ministry of Culture, Sports and Tourism**. 2025b. Disponível em: <https://www.mcst.go.kr/english/policy/businessPlan.jsp>. Acesso em: 02 dez. 2025.

COREIA DO SUL. Ministério das Relações Exteriores; THE KOREAN FOUNDATION. 2022 Analysis of global Hallyu status. [S.l.]: The Korean Foundation, 2023. Disponível em: https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_analysis_of_global_hallyu_status. Acesso em: 02 dez. 2025.

COREIA DO SUL. Ministério de Dados e Estatística. **Korean Statistical Information Service**: population, households and housing units. 2025. Disponível em: https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1IN1502&conn_path=I2&language=en. Acesso em: 26 nov. 2025.

COUTINHO, Yasmin Kettermann. Produtos culturais como ferramenta de política externa: a Hallyu e a diplomacia sul-coreana. 2024. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Santa Maria, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/34384>. Acesso em: 02 dez. 2025.

FRANCE PRESSE. BTS visita a Casa Branca e denuncia racismo contra asiáticos nos EUA. **g1**, 31 maio 2022. Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/05/31/bts-visita-a-casa-branca-e-denuncia-racismo-contrasiaticos-nos-eua.ghtml>. Acesso em: 11 dez. 2025.

GENTIL, Dominique Ribeiro. **Diplomacia cultural sul-coreana**: uma reflexão sobre o papel do KOFICE e sua atuação com as mídias brasileiras. 2017. 20f. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/3461>. Acesso em: 25 nov. 2025.

GOTLIB, Jéssica. BTS na ONU: em vez de "geração perdida", chame de "geração acolhedora". **Correio Braziliense**, Brasília, 2021. Influência. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2021/09/4950517-bts-na-onu-em-vez-de-geracao-perdida-chame-de-acolhedora.html>. Acesso em: 25 nov. 2025.

HADDAD, Chyenne Saringer; MENDONÇA, Jennifer Macedo; CONSTÂNCIO, Victor Zampiroli. **Como a Coreia do Sul usa seu soft power por meio da sua cultura e economia**. 2021. 21 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/20176>. Acesso em: 26 nov. 2025.

INSTITUTE FOR CULTURAL DIPLOMACY. **What is Cultural Diplomacy?**. [20–?]. Disponível em: https://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_what-is-cultural-diplomacy. Acesso em: 27 nov. 2025.

JESUS, Carla Assunção Mesquita de. **A Cultura Como Ferramenta da Diplomacia: Perspectivas Brasileiras**, 2019. 26 f. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/24922/1/2019_CarlaAssuncaoMesquitaDeJesus_tcc.pdf. Acesso em: 27 nov. 2025.

JUN, Hannah. Hallyu at a Crossroads: The Clash of Korea's Soft Power Success and China's Hard Power Threat in Light of Terminal High Altitude Area Defence (THAAD) System Deployment. **Asian International Studies Review**, v. 18, n. 1, 2017, p. 153-169. Disponível em: <https://doi.org/10.1163/2667078X-01801008>. Acesso em: 02 dez. 2025.

KARAM, Karine; MEDEIROS, Maria Carolina Subcultura, estratégia e produção de gosto: uma análise do k-pop no Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5., 2015, São Paulo. **Anais eletrônicos [...]**. Disponível em: http://anaiscomunicon2015.espm.br/GTs/GT7/16_GT07-KARAM_MEDEIROS.pdf. Acesso em: 25 nov. 2025.

KIM, Bok-rae. Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). **American International Journal of Contemporary Research**, v. 5, n. 5, oct. 2015, p. 154-160. Disponível em: https://www.aijcrnet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf. Acesso em: 26 nov. 2025.

KIM, Minsung. The growth of south Korean soft power and its geopolitical implications. **Journal of Indo-Pacific Affairs**, [S.l.], v. 5, n. 6, oct. 2022, p. 123-138. Disponível em: <https://www.airuniversity.af.edu/JIPA/Editions/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

KIM, Youna. **The Korean Wave**: Korean Media Go Global. Editora Routledge, 2013.

LEE, Geun. A soft power approach to the “Korean Wave”. **The Review of Korean Studies**, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 123-137, jun. 2009. Disponível em: <https://accesson.kr/rks/assets/pdf/7663/journal-12-2-123.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2025.

LEE, Keehyeung. Mapping Out the Cultural Politics of “the Korean Wave” in Contemporary South Korea. *In*: CHUA, Beng Huat; KOICHI, Iwabuchi. **East asian pop culture: analysing the korean wave**, p. 175-190. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008.

LIU, Hong. The sino-south korean normalization: a triangular explanation. **Asian Survey**, California, v. 33, ed. 11, p. 1083–1094, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2645001>. Acesso em 26 nov. 2025.

MARTINS, Laura Oliveira. Diplomacia cultural: a influência do Hallyu através do reconhecimento mundial do BTS. **Revista do CEAM**, Brasília, DF, v. 8, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785832>. Acesso em: 02 dez. 2025.

MASIERO, Gilmar. A economia coreana: características estruturais. *In*: SEMINÁRIO SOBRE BRASIL E CORÉIA DO SUL, Rio de Janeiro, 2000. **Anais eletrônicos [...]** Rio de Janeiro: Ministério das Relações Exteriores do Brasil, 2000. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/geap/artigos/art6.PDF>. Acesso em: 26 nov. 2025.

MORGENTHAU, Hans. **A política entre as nações**: a luta pelo poder e pela paz. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado; Brasília: Editora Universidade de Brasília, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 2003. Disponível em: https://funag.gov.br/loja/download/0179_politica_entre_as_nacoes.pdf. Acesso em: 27 nov. 2025.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **BTS e líderes mundiais se juntam à ONU em evento em prol dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**. Nações Unidas Brasil, 20 set. 2021. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/145137-bts-e-lideres-mundiais-se-juntam-onu-em-evento-em-proldos-objetivos-do-desenvolvimento>. Acesso em: 04 dez. 2025.

NOVAIS, Bruno do Vale. O que é diplomacia cultural?. **InterAção**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 59–70, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/interacao/article/view/47497>. Acesso em: 27 nov. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. Paris: UNESCO, 2002. Disponível em: <https://www.oas.org/dil/port/2001%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20Universal%20sobre%20a%20Diversidade%20Cultural%20da%20UNESCO.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2025.

PRESIDENTE ESCOLHE BTS para representar diplomacia pública da Coreia do Sul. **Revista Quem**, 21 jul. 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/07/presidente-escolhe-bts-para-representar-diplomacia-publica-da-coreia-do-sul.html>. Acesso em: 04 dez. 2025.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia cultural**: seu papel na política externa brasileira. Brasília: FUNAG, 2011. Disponível em: https://funag.gov.br/biblioteca-nova/produto/1-528-diplomacia_cultural_seu_papel_na_politica_externa_brasileira. Acesso em: 27 nov. 2025.

RODRIGUEZ BARBA, Fabiola. Diplomacia cultural: ¿Qué es y qué no es?. **Espacios Públicos**, n. 43, maio/ago. 2015, p. 33-49. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/676/67642415002.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2025.

RODRIGUEZ BARBA, Fabiola. Diplomacia cultural: una nota exploratoria. **Chroniques des Amériques**, v. 14, n. 3, jun. 2014, p. 1-9. Disponível em: https://ieim.uqam.ca/wp-content/uploads/2014/06/cda_volume_14_numero_3_juin_2014.pdf. Acesso em: 27 nov. 2025.

RODRIGUEZ BARBA, Fabiola. La diplomacia cultural de Canadá: la construcción de una imagen. **ARI**, n. 120, oct. 2008, p. 1-9. Disponível em: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/la-diplomacia-cultural-de-canada-la-construccion-de-una-imagen-ari/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SHIN, Hyunjoon; LEE, Seung Ah. **Made in Korea**: studies in popular music. Nova York: Taylor & Francis, 2016.

SILVA, Letícia Jesus do Carmo; RABELO, Roberto Araújo da Silva Vasques. Diplomacia: limites e potencialidades no mundo contemporâneo. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, Miami, v. 13, n. 10, 2024, p. 1-12. Disponível em: <https://www.revistacaribena.com/ojs/index.php/rccs/article/view/4323>. Acesso em: 26 nov. 2025.

SOUZA, Aleksandro Ricardo de; SANTOS, João Marcos Passos dos; SILVA, Victor Ramos da. A Guerra da Coreia (1950-1953) sob o viés da Guerra Fria e seus efeitos no mundo atual. **Ciência Atual**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 1479-1497, 2025.1. Disponível em: <https://revista.saojose.br/index.php/cafsj/article/view/790>. Acesso em 07 Nov. 2025.

SOUZA, Fernanda Oliveira de; SILVA, Flávia Cristina Oliveira da. K-pop e os Estados Unidos: a influência da diplomacia cultural sul-coreana. **Foco**, Curitiba, v. 16, n. 3, p. 1-26, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/1357>. Acesso em: 02 dez. 2025.

TEVDOVSKI, Ljuben. **Cultural diplomacy**: an essential and creative component in the toolkit of contemporary diplomacy: theoretical and comparative study with a special focus on Macedonia. Dissertação (Mestrado em Diplomacia Contemporânea) – Universidade de Malta, Faculdade de Artes, Escópia, Macedônia, 2008. Disponível em: <https://dspace-api.diplomacy.edu/server/api/core/bitstreams/d1531f0b-a750-415a-aafb-a07ed94f1a49/content>. Acesso em: 26 nov. 2025.

THOMPSON, John. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2011.

URBANO, Krystal; ALBUQUERQUE, Afonso de. Cultura pop e política na Nova Ordem Global: Llições do extremo-orient. *In: Cultura Pop*. SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério. (Orgs.). Salvador: EDUFBA, 2015.

VALIEVA, Julia. Cultural soft power of Korea. **Journal of History Culture and Art Research**, v. 7, ed. 4, p. 207-213, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.7596/taksad.v7i4.1837>. Acesso em 26 nov. 2025.

VERONEZI, Gabriel. **O milagre sul-coreano**: fatores internos e externos que contribuíram para o desenvolvimento econômico da Coréia do Sul entre 1961-1979. 2023. 15 p. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/35858>. Acesso em 07 Nov. 2025.

WIGHT, Martin. **A política do poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado; Brasília: Editora Universidade de Brasília, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 2002. Disponível em: https://www.editora.unb.br/downloads/politica_do_poder_a.pdf. Acesso em: 27 nov. 2025.

ZHIDKOV, V. O. Elements of the South Korean soft power. **DISKURS-PI**, [S.l.], v. 15-16, n. 2-3, p. 172-177. Disponível em: https://madipi.ru/journals/show/elementy_yuzhnokorejskoj_myagkoj_sily. Acesso em: 27 nov. 2025.