



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
COLEGIADO DE BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

SANDRIELE LARISSA DA SILVA BARBOSA

**A UTILIZAÇÃO DA ARTE E DA CULTURA COMO INSTRUMENTO POLÍTICO
PELA COREIA DO SUL: A IMPORTÂNCIA E INFLUÊNCIA DA MÚSICA POP
COREANA**

Macapá
2023

SANDRIELE LARISSA DA SILVA BARBOSA

**A UTILIZAÇÃO DA ARTE E DA CULTURA COMO INSTRUMENTO POLÍTICO
PELA COREIA DO SUL: A IMPORTÂNCIA E INFLUÊNCIA DA MÚSICA POP
COREANA**

Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso ao Colegiado de Relações Internacionais da Universidade Federal do Amapá como requisito parcial e obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Orientador (a): Prof.^a Ms. Paula de Carvalho Bastone

Macapá
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Central/UNIFAP-Macapá-AP
Elaborado por Mário das Graças Carvalho Lima Júnior – CRB-2 / 1451

B238 Barbosa, Sandriele Larissa da Silva.

A utilização da arte e da cultura como instrumento político pela Coreia do Sul: a importância e influência da música pop coreana / Sandriele Larissa da Silva Barbosa. - Macapá, 2023.

1 recurso eletrônico. 24 folhas.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Amapá, Coordenação do Curso de Relações Internacionais, Macapá, 2023.

Orientador: Paula de Carvalho Bastone.

Modo de acesso: World Wide Web.

Formato de arquivo: Portable Document Format (PDF).

1. Instrumentalização da cultura. 2. Soft Power. 3. Coreia do Sul - Política internacional. I. Bastone, Paula de Carvalho, orientadora. II. Universidade Federal do Amapá. III. Título.

CDD 23. ed. – 327

SANDRIELE LARISSA DA SILVA BARBOSA

**A UTILIZAÇÃO DA ARTE E DA CULTURA COMO INSTRUMENTO POLÍTICO
PELA COREIA DO SUL: A IMPORTÂNCIA E INFLUÊNCIA DA MÚSICA POP
COREANA**

Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso ao Colegiado de Relações Internacionais da Universidade Federal do Amapá como requisito parcial e obrigatório para a obtenção do título de Bacharel em Relações Internacionais.

Macapá, 03 de outubro de 2023

BANCA EXAMINADORA

Paula de Carvalho Bastone
Mestra em Estudos Globais pela University of Leipzig
Professora da Universidade Federal do Amapá
(Orientadora)

Ioneida Cavalcanti da Cunha
Mestra em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (UnB)
Professora da Universidade Federal do Amapá
(Avaliadora Titular)

Lincoln Narcelio Thomaz Noronha
Mestre em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP)
Professor da Universidade Federal do Amapá
(Avaliador Titular)

A UTILIZAÇÃO DA ARTE E DA CULTURA COMO INSTRUMENTO POLÍTICO PELA COREIA DO SUL: A IMPORTÂNCIA E INFLUÊNCIA DA MÚSICA POP COREANA ¹

Sandriele Larissa da Silva Barbosa*

Paula de Carvalho Bastone**

Resumo. Este trabalho investiga a instrumentalização da cultura e arte na política internacional, focando na Coreia do Sul como um exemplo de eficácia do *soft power*. Explorando a transformação de elementos culturais em meios políticos e econômicos, analisa como essa estratégia é usada para influenciar opiniões públicas e obter vantagens políticas. Destaca-se a "*Korean Wave*" (*Hallyu*) como uma forma de diplomacia cultural, promovendo a cultura sul-coreana globalmente, com ênfase no K-pop. Além disso, o estudo aborda os impactos econômicos do K-pop na Coreia do Sul, como o aumento da demanda pelo ensino do idioma coreano e o incremento do turismo motivado pelo interesse na cultura pop.

Palavras-chave. Instrumentalização da cultura; Soft Power; Coreia do Sul; K-pop.

INTRODUÇÃO

Arte e cultura são conceitos que estão intimamente relacionados e afetam profundamente a vida humana. Neste artigo, será analisada a utilização dessas duas concepções no meio político contemporâneo da Coreia do Sul.

A arte é a expressão criativa da imaginação e da capacidade humana, sendo tudo aquilo que provoca emoção, manifestando-se em diversas formas, como música, pintura, literatura, escultura, teatro, cinema, dança, entre outras.

Dizer o que seja a arte é coisa difícil. Um sem-número de tratados de estética debruçou-se sobre o problema, procurando situá-lo, procurando definir o conceito. Mas, se buscamos uma resposta clara e definitiva, decepçomamo-nos: elas são divergentes, contraditórias, além de frequentemente se pretenderem exclusivas, propondo-se como solução única. (COLI, 1995, pag. 7)

A afirmação de Coli ressalta a intrincada e complexa natureza da definição de arte, insinuando que essa complexidade não representa um obstáculo, mas sim uma característica essencial que convida a exploração e reflexão sobre as múltiplas maneiras pelas quais a arte modela e é modelada pelo ambiente circundante. A busca por uma definição unificada pode resultar em uma jornada infrutífera, no entanto, essa incerteza também é o que confere à arte uma dinâmica e vitalidade marcantes na vida das pessoas.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em 10/2023 na Universidade Federal do Amapá – UNIFAP

*Acadêmica do Curso de Bacharelado em Relações Internacionais da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Email: sndbrbs@gmail.com

**Mestra em Estudos Globais pela University of Leipzig, Professora do curso de Relações Internacionais da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP)

“A cultura é um conceito complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, leis, costumes e outras capacidades e hábitos adquiridos pelos indivíduos como membros da sociedade” (OGBURN, 1937, p. 161), ou seja, a cultura é elaborada e transmitida ao longo do tempo por meio de processos educativos, interações comunicativas e experiências sociais. Ela se encontra em um estado de evolução constante, sendo impactada e influenciada tanto pela arte quanto pela criatividade.

A arte e a cultura desempenham um papel fundamental no desenvolvimento humano, incentivando a reflexão, a imaginação, a sensibilidade, a compreensão e a tolerância, ao mesmo tempo em que contribuem para a formação da identidade e a promoção da diversidade cultural. Com a disseminação da internet, a troca de informações ganhou velocidade exponencial, permitindo que aquilo que antes era consumido predominantemente em uma região passasse a ser acessível instantaneamente em locais distantes. A globalização introduziu mudanças significativas na dinâmica da comunidade internacional, afetando tanto as relações entre estados quanto a interação entre indivíduos de diferentes nacionalidades. No cenário atual, a cultura pop emerge como um dos produtos mais amplamente exportados em escala mundial.

Compreender a relação da cultura com a política em si não é algo fácil, entender como o Estado sul coreano passou a fazer uso disso na política internacional é ainda mais complicado. De acordo com Adorno e Horkheimer, a abstração, que é utilizada como instrumento do esclarecimento, se comporta em relação aos seus objetos de forma análoga ao destino, eliminando o conceito desses objetos e transformando-os em algo de reproduzível. Sob o domínio nivelador do abstrato, todas as coisas na natureza são transformadas em algo reproduzível, preparando a indústria para a reprodução em massa (ADORNO; HORKHEIMER, 2001).

A compreensão do conceito é algo extremamente importante para o entendimento do artigo. Ao considerar a instrumentalização de suas artes e cultura, especialmente a música pop, a Coreia do Sul se encontra em pé de igualdade com potências do entretenimento como os EUA e o Reino Unido que sempre dominaram o meio artístico, e possuem um grande histórico de exportação da cultura. A cultura tem se tornado cada vez mais um ente econômico e um instrumento de lazer e entretenimento (BRANT, 2009). Em sociedades condicionadas a analisar todos os fenômenos por uma correlação de causa-efeito, a cultura deixa de ser uma matéria que significa e transforma as relações para ser apenas uma atividade econômica, explorada pela sua capacidade de gerar recursos, postos de trabalho e economia de escala por meio da exploração de propriedade intelectual.

Visando abordar a problemática sobre como a Coreia do Sul passou a utilizar a arte e a cultura como uma ferramenta política, este trabalho justifica-se devido à hegemonia norte-americana, que impõe tendências e gostos ao restante do mundo, sofrendo impacto com a entrada da Coreia do Sul no cenário, especialmente através da arte, música e teledramaturgia.

Esse processo evoluiu gradualmente e ainda está em andamento, demonstrando como as conjunturas não são estáticas, e o sistema internacional reage a pequenas mudanças. Compreender como a Coreia do Sul aproveitou recursos frequentemente negligenciados, como a arte e a cultura, para ampliar sua influência política é fundamental para avaliar o alcance do poder que o cidadão comum possui para transformar o sistema internacional. Outros países que buscam promover sua cultura podem tomar a Coreia do Sul como referência, analisando os aspectos positivos de suas estratégias.

O propósito principal deste estudo é elucidar como a Coreia do Sul se destacou pela exploração e expansão do recurso artístico da música pop, ampliando seu alcance global, e identificando o momento em que a situação política sul-coreana passou a considerar a cultura como um instrumento político de grande relevância. De forma mais específica, é imprescindível estar familiarizado com alguns conceitos e elementos fundamentais para a compreensão deste artigo.

Em primeiro lugar, será necessário apresentar o conceito de instrumentalização da razão e como ele se aplica ao caso da arte e da cultura. Em seguida, é importante identificar o sistema de Soft Power e diplomacia cultural da Coreia do Sul, o qual é impulsionado pelos investimentos estatais. Ademais, é necessário apresentar o conceito de pop sul coreano, que se destaca como uma das principais manifestações artísticas desse país. Por fim, é preciso apontar quais são os impactos domésticos resultantes da expansão da arte e cultura sul coreana.

A metodologia utilizada compreendeu uma pesquisa baseada na leitura de bibliografias acadêmicas e livros das Ciências sociais aplicadas, direcionando a pesquisa para as áreas de política internacional e Ciências sociais. A finalidade é apresentar as características das ações do governo da Coreia do Sul e a utilização da arte e da cultura.

2 INSTRUMENTALIZAÇÃO DA RAZÃO: A CULTURA SEMPRE FOI USADA COMO ARMA

O termo "instrumentalização" tem origem no verbo "instrumentalizar", que significa tornar algo em um instrumento ou ferramenta para atingir determinado objetivo. A palavra "instrumentalização" é derivada desse verbo e se refere ao processo de transformar uma ideia,

conceito ou objeto em um meio para alcançar um determinado fim. É comum em diversas áreas do conhecimento, como sociologia, filosofia, psicologia e política.

Na sociologia, o conceito de "instrumentalização" é frequentemente utilizado para analisar como as relações sociais são moldadas por interesses e objetivos específicos. Existem quatro formas de dominação, sendo a dominação instrumental uma delas. Diferente da dominação pelo carisma, tradição ou dominação legal, a dominação instrumental é baseada no controle dos meios de produção e na imposição de uma racionalidade econômica sobre todas as esferas da vida social (WEBER, 1978 apud BRAGA, 2017). Nessa forma de dominação, os indivíduos são tratados como instrumentos para atingir objetivos econômicos e políticos, em vez de serem tratados como fins em si mesmos.

Em geral, o termo "instrumentalização" é usado para descrever um processo de transformação de algo em um meio para atingir um determinado fim, muitas vezes com a finalidade de obter poder ou controle sobre algo ou alguém. Theodor Adorno e Max Horkheimer usaram o termo em sua crítica à cultura de massa e à indústria cultural. Eles argumentaram que a cultura de massa instrumentaliza a arte e a cultura, transformando-as em bens de consumo e reduzindo seu valor estético e cultural, que a cultura de massa, em vez de ser um espaço de liberdade e expressão artística, é na verdade uma forma de controle e manipulação social.

Sendo assim, os autores afirmam:

A cultura de massa opera de acordo com as leis da produção em massa que transformam a cultura em mercadoria e a arte em um meio para atingir fins de lucro. Ela instrumentaliza a arte e a cultura, transformando-as em um produto padronizado que serve apenas para manter a ordem social existente e para controlar as massas. (ADORNO e HORKHEIMER, 2001, p. 120).

Na política internacional, a instrumentalização é frequentemente utilizada como uma estratégia para alcançar objetivos políticos e de segurança. Os atores políticos usam outras questões ou atores como um meio para atingir seus próprios objetivos, muitas vezes visando obter poder ou influência em determinadas regiões ou em todo o sistema internacional (JERVIS; ART, 2014). Por exemplo, um país pode instrumentalizar uma questão humanitária, como a ajuda aos refugiados, como uma forma de obter benefícios econômicos ou políticos. Da mesma forma, um país pode usar uma questão ambiental, como a preservação de florestas tropicais, como uma ferramenta para ganhar influência política em determinada região ou para melhorar sua imagem internacional.

A instrumentalização também pode ser usada para descrever a maneira como os atores políticos manipulam a opinião pública internacional para obter vantagens políticas. A

instrumentalização da diplomacia pública é uma estratégia comum na política internacional, em que os atores políticos usam a cultura e a opinião pública para obter ganhos. Isso pode incluir a manipulação de imagens culturais ou ações para influenciar as percepções públicas de outros países e, assim, ganhar vantagens na negociação ou em questões políticas ou econômicas. (MELISSEN; LEE 2011). Um país pode utilizar a mídia para espalhar desinformação ou propaganda para ganhar apoio em uma determinada questão política.

Nesse sentido, a instrumentalização política da cultura e da arte ocorre quando essas formas de expressão são utilizadas como meios para atingir objetivos políticos específicos. A cultura e a arte são frequentemente utilizadas como instrumentos para disseminar ideologias políticas, moldar a opinião pública e conquistar a simpatia da população. Os governos podem influenciar a produção cultural por meio de diversas práticas, como a censura, o patrocínio governamental e a produção de obras com temas políticos. Isso pode ser feito como forma de controlar a produção cultural e promover a ideologia política do governo (CLIFFORD, 1988).

No entanto, esse tipo de ferramenta de dominação não foi criado recentemente, desde o período colonial, a cultura dos colonizadores foi utilizada como uma arma para subjugar e controlar os povos colonizados, impondo seus valores, crenças e formas de pensar. Esse processo foi parte integrante do que Edward Said chamou de "orientalismo", uma forma de representação que estabelecia a superioridade cultural do Ocidente sobre o Oriente, produzindo uma imagem estereotipada e negativa das culturas colonizadas. Esse legado histórico ainda reverbera na atualidade, uma vez que muitas práticas culturais ocidentais são impostas globalmente, muitas vezes sem levar em conta as especificidades culturais locais (SAID, 1979). Eles impunham sua língua, religião, costumes e valores aos povos colonizados, forçando-os a abandonar sua própria cultura e adotar a cultura dos colonizadores.

Outra forma de instrumentalização da cultura pelos colonizadores era a assimilação cultural. A assimilação cultural é um processo pelo qual os indivíduos ou grupos adotam as normas, valores e crenças da cultura dominante, renunciando a seus próprios traços culturais. Ela pode ser entendida como um processo de transformação da cultura local, na qual há uma incorporação de elementos estrangeiros, tornando-se uma nova síntese cultural (HALL, 1997). Esse processo ocorre frequentemente em contextos de migração ou colonização, nos quais os indivíduos são pressionados a se adaptar à cultura do país ou da região onde se encontram, a fim de serem aceitos e integrados socialmente. A assimilação cultural pode ser vista como uma forma de integração, mas também pode implicar em perda de identidade e de vínculos culturais importantes para os indivíduos ou grupos.

Os colonizadores controlavam a narrativa e a percepção pública dos povos colonizados, utilizando a mídia e outras ferramentas para impor uma visão estereotipada e distorcida das culturas locais. A arte e a cultura dos povos colonizados eram muitas vezes ridicularizadas, ignoradas ou suprimidas, e os indivíduos que tentavam expressar sua própria identidade cultural eram muitas vezes censurados ou punidos. Esse controle da narrativa e da percepção pública foi uma estratégia para manter o poder e a dominação colonial, impedindo os povos colonizados de reivindicar sua própria história e cultura (FANON, 1967).

Isso levou a uma perda significativa de patrimônio cultural dos povos colonizados, a desvalorização da cultura dos povos colonizados pelos colonizadores europeus teve consequências profundas, levando a uma perda significativa de autoestima e autoconfiança dos povos colonizados. Essa desvalorização se refletia em uma série de estereótipos e caricaturas sobre as culturas locais, que eram apresentadas como inferiores, primitivas e bárbaras. Como resultado, os indivíduos pertencentes a essas culturas muitas vezes se sentiam envergonhados e inadequados em relação aos padrões impostos pelos colonizadores, o que afetava sua autoestima e autoconfiança. Além disso, a desvalorização da cultura dos povos colonizados também resultou em perdas culturais e identitárias significativas para esses povos, já que muitas tradições e práticas foram suprimidas ou perdidas ao longo do tempo (SAID, 1995).

3 A PARTIR DO SEU CRESCIMENTO ECONÔMICO A COREIA DO SUL PASSOU A UTILIZAR MECANISMOS DE INFLUÊNCIA: SOFT POWER E DIPLOMACIA CULTURAL

O crescimento econômico da Coreia do Sul, que é conhecido como "Milagre do Rio Han", teve início na década de 1960 e foi impulsionado por uma série de políticas governamentais, estratégias de industrialização e investimentos em educação e tecnologia.

Ao longo do período de industrialização por substituição de importações nos anos 1960 e 1970, o governo sul-coreano teve um papel crucial na definição do caminho de desenvolvimento do país. O governo implementou uma série de medidas de apoio para promover o desenvolvimento industrial, incluindo subsídios, incentivos fiscais e tratamento preferencial para empresas nacionais. Além disso, o governo desempenhou um papel ativo na direção do investimento para indústrias com alto potencial de crescimento, como eletrônicos, aço e construção naval. (EICHENGREEN, LIM. 2015, p. 85)

Durante esse período, a Coreia do Sul era um país pobre e agrícola, que dependia de ajuda externa para sustentar sua economia. No entanto, o governo coreano adotou uma política de industrialização pesada, que visava desenvolver indústrias intensivas em capital e exportar seus

produtos para o mercado internacional. O governo também criou zonas econômicas especiais para atrair investimentos estrangeiros.

O governo sul-coreano considerou a educação como uma das principais prioridades em sua estratégia de desenvolvimento econômico. A partir da década de 1960, o governo estabeleceu universidades e institutos de pesquisa de classe mundial, como a KAIST e a *Pohang University of Science and Technology (POSTECH)*, e incentivou a pesquisa e desenvolvimento em setores-chave, como eletrônicos e automóveis (EICHENGREEN; LIM, 2015).

Como resultado dessas políticas, a Coreia do Sul experimentou um rápido crescimento econômico nas décadas de 1960 e 1970, com taxas médias de crescimento do PIB de cerca de 7% ao ano (HEO; JEON, 2012). A economia sul-coreana continuou a crescer nas décadas seguintes, com um foco crescente em tecnologia da informação e serviços, tornando-se uma das economias mais avançadas do mundo.

A Coreia do Sul é conhecida por suas empresas de tecnologia de grande renome, como Samsung e LG, assim como por seus setores de manufatura, automotivo e de entretenimento. Esses setores contribuem significativamente para o crescimento econômico do país nas últimas décadas (KWON, 2010) e sua posição como uma das principais economias da Ásia. O país é o lar da Hyundai e da Kia, além disso, seu centro de entretenimento inclui produção de música, filmes e dramas de televisão, ganhando popularidade em todo o mundo.

3.1 SOFT POWER: HALLYU

Segundo Joseph Nye, o teórico político que cunhou o termo "*soft power*" em seu livro "*Soft Power: The Means to Success in World Politics*", ele se refere à capacidade de um país de influenciar os outros por meio de seus valores e instituições, em vez de força militar ou econômica. O *soft power* é baseado na atração e persuasão, em vez de coerção ou pagamento, e é uma ferramenta importante na diplomacia e nas relações internacionais.

Ele pode ser construído através de vários meios, como a diplomacia cultural, o intercâmbio de estudantes, a ajuda humanitária e o exemplo de liderança moral. O *soft power* é importante porque pode ajudar a aumentar a influência de um país e a alcançar seus objetivos de política externa sem recorrer à força ou à pressão econômica. No entanto, o seu uso de forma eficaz requer um investimento significativo em recursos e estratégia, bem como uma compreensão profunda da cultura e dos valores dos países com os quais se deseja engajar (NYE, 2004). O teórico argumentou, ainda, que, enquanto a capacidade de um país de impor sua

vontade através da força militar ou econômica é importante, o poder de persuasão e influência é igualmente importante em um mundo globalizado e interconectado.

A Coreia do Sul é um exemplo de país que utiliza o *soft power* como uma estratégia para aumentar sua influência no cenário internacional. A fim de superar a falta de recursos e a posição geográfica pouco privilegiada, o governo coreano tem investido em projetos de *soft power* em vários domínios, incluindo cinema, televisão, música popular e culinária. O sucesso dessas iniciativas não só tornou a Coreia do Sul mais conhecida no mundo, mas também gerou uma imagem positiva do país e de sua cultura, criando assim uma demanda crescente por seus produtos culturais (NYE, 2004).

A principal forma de *soft power* da Coreia do Sul é a chamada "*Korean Wave*" ou "*Hallyu*", que se refere à popularidade crescente da cultura coreana no exterior, incluindo a música pop, dramas de televisão, cinema e moda. A disseminação da cultura pop coreana tem sido amplamente atribuída à disseminação da internet e das redes sociais, que tornaram mais fácil para os fãs de todo o mundo acessar e compartilhar conteúdo coreano.

A *Hallyu* começou a ganhar destaque na década de 1990, quando a música pop sul-coreana, também conhecida como K-pop, começou a se tornar popular em países asiáticos como China, Japão e Taiwan. No entanto, desde então, a *Hallyu* expandiu-se para outras partes do mundo, incluindo Europa, América do Norte e América Latina. A *Hallyu* é um excelente exemplo de como a cultura pode ser usada como uma ferramenta para aumentar a influência e a imagem de um país no cenário internacional (KIM, 2012). Ao fornecer uma nova perspectiva sobre a Coreia do Sul, a *Hallyu* ajudou a aumentar o interesse pelo país e a melhorar sua posição na arena global.

O governo sul-coreano tem investido pesadamente na promoção da cultura pop coreana desde a Crise Financeira Asiática em 1997-1998. Através de um fundo gerenciado *pela Korean Venture Investment Corporation*, o governo destinou US\$ 1 bilhão exclusivamente para investir na cultura pop coreana (HONG, 2014). Esse investimento ocorreu simultaneamente com a propagação da "*Korean Wave*" pela Ásia. Esse fundo nacional reconheceu o potencial econômico e político do *soft power*, gerando US\$ 4,6 bilhões em receita em 2012 para as exportações de cultura pop sul-coreanas e ajudando a redefinir a imagem da Coreia do Sul no sistema global.

Uma das principais razões por trás do sucesso da *Hallyu* é a produção de conteúdo de alta qualidade e a construção de uma marca forte. Empresas de entretenimento sul-coreanas, como a *SM Entertainment*, *JYP Entertainment* e *HYBE Entertainment*, investem pesadamente na produção e promoção de música, programas de televisão e filmes, bem como no

desenvolvimento de talentos para o mercado global. De acordo com o livro "*East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*", o governo sul-coreano tem fornecido subsídios e investido em programas para promover a cultura pop coreana no exterior, além de apoiar a indústria de entretenimento do país. As redes sociais e a tecnologia digital também têm sido importantes para a popularização da *Hallyu*, permitindo que fãs do mundo todo se conectem e compartilhem conteúdo. Os K-dramas, com suas histórias emocionantes, romances e elenco atraente, têm sido especialmente populares entre os fãs globais (CHUA; IWABUCHI, 2008).

3.2 DIPLOMACIA CULTURAL

Diplomacia cultural é uma forma de diplomacia que envolve a promoção da cultura, arte, educação, esporte e outras formas de expressão cultural de um país como forma de alcançar objetivos políticos e econômicos. A diplomacia cultural é uma ferramenta poderosa na construção de pontes entre culturas, promovendo um diálogo intercultural e reduzindo a percepção de diferenças entre nações (NYE, 2004). Essa forma de diplomacia permite a projeção de uma imagem positiva do país e a construção de relações de longo prazo com outros países, alcançando objetivos políticos, econômicos e estratégicos.

A diplomacia cultural pode ser realizada de várias maneiras, incluindo intercâmbios culturais, festivais e exposições de arte, apresentações de música e dança, cinema, literatura e outras atividades culturais. Essas atividades podem ser organizadas pelo governo ou por organizações privadas em cooperação com o governo. Ela é uma ferramenta crucial para a promoção de relações internacionais positivas e para a criação de uma imagem positiva de um país no exterior. Através de atividades culturais, os países podem promover sua cultura e valores, estabelecer relações de confiança e compreensão mútua, e construir pontes entre diferentes sociedades e culturas (CLIFFORD; SHEFFER, 2017).

4 COMO O POP SUL COREANO SE DIFERENCIA DO POP OCIDENTAL

O surgimento do pop sul-coreano, também conhecido como K-pop, é resultado de uma combinação de fatores culturais, econômicos e tecnológicos. Um dos principais agentes foi o governo sul-coreano que, nos anos 90, implementou políticas de incentivo à indústria cultural local, visando promover a cultura coreana no exterior e aumentar as exportações culturais, como já citei anteriormente nesse artigo, com o "*Korean Wave*". Além disso, a adoção de políticas econômicas liberais, como a abertura do mercado para a indústria do entretenimento, também

contribuiu para o desenvolvimento do K-pop. Além dos grupos, o K-pop é caracterizado por coreografias complexas, videoclipes elaborados e estilos visuais marcantes. Outra característica importante é a utilização de elementos de outros gêneros musicais, como o hip-hop e o R&B, para criar um som único.

Um precedente importante foi a adoção de tecnologias digitais avançadas, como a internet de banda larga e os smartphones, que permitiram a disseminação do K-pop para o mundo todo:

Considerando seus modelos de negócios e o atual ambiente da Internet, as agências de entretenimento do K-pop focaram em algumas plataformas de mídia social como o YouTube, Facebook e Twitter. Quanto ao seu principal canal de promoção, eles abriram canais oficiais no YouTube para promover novos vídeos musicais e usaram outras redes sociais, como o Facebook e o Twitter, para se comunicar com seu público jovem. Ao mesmo tempo, para facilitar a comunicação com o público, as principais gravadoras do K-pop gerenciam canais dedicados no YouTube para seus artistas. Em alguns casos, o canal específico do artista individual do K-pop é mais popular e vitalizado do que suas agências de entretenimento. (AHN, KIM, OH, 2013)

No entanto, muito antes da internet ser de uso popular, já existiam grupos de k-pop. As gerações dentro do gênero são divididas em quatro:

A primeira geração aconteceu entre 1990 ao início dos anos 2000. O primeiro grupo de K-pop a alcançar sucesso internacional foi o H.O.T, em meados dos anos 90. Nos anos 2000, grupos como TVXQ, Super Junior e a cantora BoA solidificaram o gênero. A segunda geração aconteceu do início dos anos 2000 até a década de 2010, grupos como BIGBANG, 2NE1, Wonder Girls, SHINee, f(x), 4Minute, 2PM, Kara e outros, fizeram sucesso internacional, que marcou a popularização do k-pop na Ásia e começou a entrar no Ocidente.

A terceira geração do K-pop começou por volta de 2012-2013, com o surgimento de grupos como EXO, BTS, Red Velvet, GOT7, TWICE, Seventeen, NCT, entre outros grandes grupos, e teve seu fim em meados de 2018. A terceira geração é caracterizada por mudanças significativas na forma como os grupos são produzidos e promovidos, com uma maior ênfase no mercado global e uma ampla variedade de estilos musicais incorporados, como hip-hop, R&B, eletrônica e rock. Os grupos de idols da terceira geração foram capazes de alcançar um público internacional através do uso das redes sociais e plataformas digitais (RUSSELL, 2014). Foi nesse momento que o Ocidente passou a consumir o pop sul coreano em larga escala, o gênero começou a aparecer nas paradas de sucesso dos Estados Unidos, e o K-pop se tornou um fenômeno global.

A quarta geração teve início em meados de 2018 e ainda não teve fim, ela é caracterizada por uma maior diversidade de gêneros musicais, estilos de apresentação, pela proximidade que os *idols* têm com os seus fãs, por causa da tecnologia, e por terem mais liberdade criativa e

participação na composição de suas próprias músicas e coreografias. Grupos como Tomorrow by Together (TXT), New Jeans, (G)-idle e AESPA possuem fãs em todo o mundo.

4.1 O ARTISTA MOLDADO: O QUE É O IDOL?

Ser um "*idol*" no K-pop significa ser um artista da indústria do entretenimento sul-coreana que é treinado e gerenciado por uma agência especializada em criar e promover grupos musicais. Os *idols* são geralmente jovens, atraentes e talentosos, com habilidades em canto, dança e performance. Eles são escolhidos através de audições e passam por anos de treinamento rigoroso antes de estrear em um grupo musical.

Figura 1 – Grupo feminino NewJeans



Fonte: Weverse, 2023.

A foto retrata um grupo feminino de K-pop com uma estética cuidadosamente concebida, refletindo as expectativas inerentes à indústria. Nessa imagem em particular, é evidente o esforço em cultivar um ar angelical em meio às integrantes, ressaltando suas aparências joviais e, por vezes, vulneráveis. Essa abordagem é particularmente marcante considerando que muitas dessas artistas ainda estão na adolescência, reforçando a associação do "feminino ideal" à imagem de pureza e inocência.

O treinamento dos *idols* de K-pop é altamente disciplinado e severo, com foco na criação de um produto altamente comercializável. Os trainees passam por longas horas de treinamento diário que são monitorados de perto por gerentes e treinadores para garantir que estejam seguindo as diretrizes da empresa. Esse tipo de treinamento é visto como um investimento,

tanto para os trainees quanto para as empresas, que buscam garantir o sucesso financeiro do grupo no futuro (ANDERSON, 2013).

Os *idols* são mais do que simplesmente cantores ou dançarinos, eles também são figuras públicas que são moldadas e gerenciadas pelas suas agências em todos os aspectos de suas vidas, incluindo sua aparência, estilo pessoal e comportamento público. Eles são esperados para manter uma imagem perfeita e sempre mostrar um comportamento exemplar para seus fãs. Além de suas habilidades musicais e de performance, os *idols* também são conhecidos por seus "fandoms" dedicados, que apoiam e promovem seus artistas favoritos através de fã-clubes, redes sociais e outras plataformas online. Os fandoms são uma parte fundamental do sucesso dos *idols* e ajudam a impulsionar sua popularidade e vendas de álbuns e mercadorias.

Os fãs de K-pop são caracterizados por uma forte identificação com seus *idols*, o que leva a uma intensa devoção e apoio aos artistas. Esse vínculo emocional é construído através de uma série de agentes, como a participação em atividades online dos artistas, fóruns, participação em eventos ao vivo, como shows e encontros de fãs. Muitos fãs de K-pop vêm de países fora da Coreia do Sul, o que sugere que o apelo do gênero se estende além das fronteiras culturais e geográficas:

Ao enquadrar a indústria de *idols* coreanos no contexto do trabalho afetivo, torna-se possível entender as maneiras pelas quais os *idols* coreanos trabalham para produzir sentimentos de proximidade e intimidade com seus fãs, e como esse trabalho foi incorporado ao projeto maior de branding nacional coreano. Isso envolve um foco em tipos específicos de trabalho que se baseiam em ideias de emoções compartilhadas e empatia, e que estão alinhados com uma imagem da Coreia como uma sociedade coletivista e emocional. (ELFVING-HWANG, 2018)

O comportamento dos *idols* do K-pop é moldado de várias maneiras, incluindo a seleção cuidadosa dos candidatos e o treinamento duro que eles recebem antes de sua estreia. Durante esse período de treinamento, que pode durar vários anos, os candidatos são ensinados a cantar, dançar, atuar e aprimorar suas habilidades em outras áreas, como idiomas estrangeiros e comunicação com fãs. Segundo CHUA e IWABUCHI (2008), os *idols* são submetidos a um conjunto de regras e diretrizes que regulam sua conduta pública e privada. Essas regras incluem coisas como não fumar, não beber álcool em público, não namorar publicamente e não ter tatuagens visíveis. Essas restrições têm o objetivo de criar uma imagem idealizada dos *idols* e manter a atenção do público em sua música e performance, ao invés de sua vida pessoal. No entanto, elas também podem ter efeitos negativos na saúde mental dos *idols*, que muitas vezes enfrentam uma pressão enorme para se manterem perfeitos e impecáveis aos olhos do público.

4.2 NÚMEROS NO OCIDENTE

Nos últimos anos, o K-pop tem ganhado cada vez mais popularidade nos Estados Unidos, é possível encontrar fãs espalhados pelo mundo todo. Mesmo com a pandemia, o K-pop se tornou ainda mais popular, pois surgiram novas maneiras de realizar shows e fazer *fã signs online*, além de aplicativos como *Bubble* e *Weverse*.

Agora, com a vacina da corona vírus, muitos artistas e grupos estão fazendo turnês no país e se apresentando em festivais e programas de TV. Os grupos e artistas de K-pop que já fizeram shows nos EUA nos últimos anos incluem BTS, TXT, Twice, NCT 127, NCT Dream e ATEEZ. Muitos desses shows acontecem em cidades como Los Angeles, Nova York, Chicago, Atlanta, Dallas, Houston e San Francisco, entre outras.

No dia 04 de julho de 2023, o grupo sul-coreano de K-pop, NCT DREAM, realizou um aguardado show em solo brasileiro. Os integrantes do grupo entusiasmaram os fãs locais com suas músicas cativantes e coreografias impressionantes durante o evento. Além disso, como parte de sua visita ao país, o NCT DREAM também foi convidado especial para participar do conhecido programa televisivo "The Noite", apresentado por Danilo Gentili. Na entrevista, o grupo compartilhou suas experiências musicais, seu amor pelos fãs brasileiros e interagiu com a audiência, criando momentos inesquecíveis para todos os espectadores. A passagem do NCT DREAM pelo Brasil e sua participação no programa "The Noite" certamente deixaram uma marca duradoura na cena cultural e na memória dos fãs brasileiros de K-pop.

Figura 2 - NCT DREAM e Danilo Gentili



Fonte: SBT, 2023.

Recordes no Ocidente

Até 2023 seis grupos conseguiram ultrapassar o TOP 5 da Billboard, são eles: BTS, Blackpink, SuperM, NCT 127, Monsta X e o Tomorrow X Together (TXT). O SuperM foi considerado como os “Vingadores do K-pop” pela Billboard devido ao seu rápido sucesso nos Estados Unidos (OLIVEIRA, 2021). BTS tornou-se o primeiro grupo de K-pop a conquistar o primeiro lugar na parada de singles da Billboard Hot 100 com sua música "Dynamite" em setembro de 2020, e ainda em 2020 a faixa “Life Goes On”, o single principal do álbum “BE”, se tornou a primeira música em coreano a chegar ao primeiro lugar da Billboard Hot 100. Em 2021, o grupo fez história a ficar dez semanas no top 1 da Billboard, além de ter tido a maior première de todos os tempos no YouTube (PASCUAL, 2022).

Reconhecimento

Em 2017 o grupo BTS criou a campanha *Love Yourself*, na UNICEF, que tem o intuito de promover o bem-estar e acabar com a violência de crianças e adolescentes no mundo:

Incluir um grupo de idols do K-pop como parte da delegação oficial em uma plataforma multilateral como a ONU afirma como o K-pop se tornou uma ferramenta importante no plano de diplomacia pública, formalmente anunciado em 2017 pela Lei de Diplomacia Pública da Coreia. (LE, 2021).

Ainda que muitos grupos possuam influência, o BTS foi o único que recebeu passaporte diplomático, em setembro de 2021, para representar a Coreia do Sul em eventos internacionais de diplomacia, se tornando agentes diplomáticos do país. Os artistas participaram da 75ª Assembleia da ONU, levando a mensagem “*Life goes on, let's live on*”, em um momento de grande angústia devido a pandemia de COVID-19. Na 76ª Assembleia os membros do BTS discutiram os impactos da pandemia na vida dos jovens.

Em 31 de maio de 2022 o grupo visitou a Casa Branca, a convite do presidente norte americano Joe Biden, para uma conversa sobre os crimes de ódio que vinham acontecendo contra pessoas amarelas nos Estados Unidos. Durante a visita os artistas receberam o título de “embaixadores da juventude”. No caso dos Estados Unidos observa-se uma compreensão do BTS como um parceiro local estratégico (ALAIMO, 2017) na promoção da conscientização pública, há um benefício não só para a nação coreana, mas também para os Estados Unidos, uma vez que demonstra publicamente seu progresso em questões políticas.

5 IMPACTOS DOMÉSTICOS DA EXPANSÃO DA ARTE E CULTURA SUL COREANA

Há um debate em curso sobre se a hegemonia mundial está saindo dos Estados Unidos e indo para a Ásia. Existem alguns agentes a serem considerados nesta discussão. Em termos econômicos, a Ásia está se tornando um motor cada vez mais importante da economia global, com a China sendo a segunda maior economia do mundo e outros países como Japão, Coreia do Sul, Taiwan, Índia e Indonésia mostrando um crescimento econômico significativo nos últimos anos, de acordo com The World Bank. Os Estados Unidos ainda possuem a maior economia do mundo em termos de PIB nominal, no entanto, sua participação no PIB mundial está diminuindo.

O poderio militar dos países asiáticos também vem aumentando, a China, Índia e Coreia do Norte investem significativamente em suas forças armadas. A China, em particular, possui uma das maiores forças armadas do mundo. Segundo BLASKO (2012) o Exército de Libertação do Povo Chinês (ELP) é uma das maiores forças terrestres do mundo, com uma força total de mais de 2,3 milhões de soldados. A China tem investido em modernizar suas forças armadas, com ênfase em melhorar suas capacidades de defesa aérea, guerra eletrônica e cibernética, bem como em tecnologia de mísseis balísticos e de cruzeiro.

Em termos políticos, os Estados Unidos continuam sendo um líder mundial significativo, com influência em organizações internacionais, alianças e relações diplomáticas. Entretanto, a China está aumentando sua influência global por meio de iniciativas como a Nova Rota da Seda e a criação de bancos de desenvolvimento regionais. O país tem como objetivo aumentar seu poder relativo em todos os setores, incluindo política, segurança, economia e tecnologia, buscando uma nova ordem mundial que apresente mais a realidade multipolar. (OVERHOLT, 2018).

A Coreia do Sul está entre essas duas grandes potências, de lado os Estados Unidos, um aliado desde a guerra da Coreia, e do outro a China, seu atual maior parceiro comercial:

O novo presidente sul-coreano, Yoon Suk-yeol, consolidou sua visão global para a Coreia do Sul ao abraçar a "clareza estratégica", mesmo quando o dilema entre favorecer os EUA - o garantidor de segurança - e não antagonizar a China - o maior parceiro comercial - permanece pertinente devido à competição estratégica em curso entre a China e os EUA. (PANDA e YONG AHN, 2023).

No contexto político contemporâneo, o presidente recém-eleito da Coreia do Sul, Yoon Suk-yeol, estabeleceu uma perspectiva global para o país ao adotar uma abordagem de "clareza estratégica". Essa abordagem ocorre em meio a um desafio complexo: a necessidade de

equilibrar as relações entre os Estados Unidos - um aliado crucial em termos de segurança - e a China - o principal parceiro comercial da Coreia do Sul.

5.1 AUMENTO NO NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAM O PAÍS

O sucesso do K-pop ajudou a colocar a Coreia do Sul no mapa e tornou o país um destino popular para turistas interessados em experimentar a cultura em primeira mão. Isso levou a um impulso na indústria do turismo do país, que teve um impacto positivo na economia (COLAB, 2021). Outros fatores também podem ter contribuído para o aumento do turismo na Coreia do Sul, como a crescente popularidade do turismo de compras e a melhoria da infraestrutura turística. O governo sul-coreano também tem investido em iniciativas para promover o turismo no país, como a campanha "*Visit Korea Year*".

Houve um impacto na economia devido ao alto investimento do governo coreano na indústria cultural do país, que inclui K-pop, K-dramas e outras formas de entretenimento, e houve um impacto na economia. De acordo com a Agência de Conteúdo Criativo da Coreia do Sul (Kocca, na sigla em inglês), a onda coreana gera cerca de US\$ 6 bilhões anualmente para a economia do país. Há muitas evidências para apoiar a afirmação de que a popularidade do K-pop levou a um aumento no número de turistas que visitam a Coreia do Sul. De acordo com um artigo de 2018 do Korea Times, o número de turistas estrangeiros que visitam o país aumentou 12,3% em 2017, com muitos citando o K-pop como o motivo de sua visita (MARTÍNEZ, 2018).

O investimento do governo sul-coreano em música e filmes de K-pop pode servir de modelo para outros países que buscam fortalecer suas indústrias culturais (SUZUKI, 2022). Podemos observar que o sucesso do K-pop ajudou a Coreia do Sul a alcançar uma posição de liderança na indústria global de entretenimento, tornando o país um destino de visita obrigatória para os fãs do gênero.

5.2 AUMENTO DE PESSOAS PROCURANDO APRENDER O IDIOMA; LITERATURA SUL COREANA INFLUENCIADA PELOS *IDOLS*

Nos últimos anos, houve um aumento significativo no número de pessoas em todo o mundo que procuram aprender coreano. Uma das principais razões por trás dessa tendência é a crescente popularidade da cultura pop coreana, incluindo K-pop e dramas coreanos. A *korean wave*, teve um impacto significativo na popularidade da língua coreana. De acordo com a plataforma de aprendizado de idiomas Doulingo, os principais motivos pelos quais os alunos

desejam aprender coreano estão relacionados a viagens e cultura, indicando um forte interesse na cultura pop coreana. Ele apareceu em 5 lugar dos idiomas mais estudados em 2022 na plataforma Doulingo. Não é o país, mas indivíduos/ idioma materno que se aprende o coreano como 1ª opção.

Figura 3 – Número de países onde cada idioma é mais popular

INGLÊS	ESPAÑHOL	FRANCÊS
119	34	22
ALEMÃO	COREANO	ITALIANO
8	4	2
JAPONÊS	SUAÍLI	SUECO
2	1	1

duolingo

Fonte: Doulingo, 2022.

E em 7 países foi o segundo idioma mais popular, ultrapassando idiomas como chinês, russo e português. Não é o país, mas indivíduos/ idioma materno que se aprende o coreano como 2ª opção.

Figura 4 – Número de países onde cada idioma é o segundo mais popular

FRANCÊS	ESPAÑHOL	ALEMÃO	JAPONÊS	INGLÊS	COREANO
74	47	16	12	11	7
CHINÊS	RUSSO	PORTUGUÊS	ITALIANO	ÁRABE	DINAMARQUÊS
6	5	4	3	1	1
FINLANDÊS	HEBRAICO	HÍNDI	IRLANDÊS	NORUEGUÊS	SUAÍLI
1	1	1	1	1	1

duolingo

Fonte: Doulingo, 2022.

A influência dos dramas coreanos e da música K-pop não pode ser negligenciada no aumento do interesse em aprender coreano. O K-pop, em particular, tornou-se um fenômeno global, com fãs em todo o mundo, e sua popularidade ajudou a espalhar a cultura e o idioma coreano, com muitos fãs querendo aprender o idioma para entender melhor as letras de suas músicas favoritas e se comunicar com outros fãs (SUZUKI, 2022). A disponibilidade de recursos e programas de aprendizado de idiomas também contribui para aumentar a motivação

para aprender coreano. Com o advento das plataformas de aprendizado de idiomas online e aplicativos móveis, aprender um novo idioma, incluindo o coreano, nunca foi tão fácil.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve seu primeiro insight de surgimento a partir da necessidade de discutir o verdadeiro impacto do K-pop no cenário atual da cultura mundial. Não foi uma empreitada impensada, mas sim como resultado do esforço de compreender que por trás do fenômeno do K-pop existem indivíduos e estruturas de trabalho que contribuíram para o crescimento e influência dessa indústria musical. Os impactos abordados ao longo deste artigo são, em grande parte, resultado dos pontos discutidos anteriormente, como a construção do "*Idol*" perfeito e suas inovadoras formas de interação com os fãs. A busca constante pela excelência, a disciplina rigorosa e a minuciosa gestão da imagem pública dos ídolos são aspectos cruciais para o sucesso do K-pop.

É crucial destacar que o K-pop transcende a mera categorização como gênero musical. Ele representa um instrumento político que a Coreia do Sul utiliza para expandir sua influência global e aprimorar sua imagem na arena internacional. Além disso, é importante reconhecer que o preconceito e os estereótipos em relação ao K-pop frequentemente obscurecem sua complexidade e impacto reais. O K-pop não se limita ao entretenimento, mas também desempenha um papel significativo nas relações internacionais e na economia global. Portanto, ao examinar o K-pop, é essencial ir além da superfície e compreender as implicações políticas, econômicas e culturais desse fenômeno. A pesquisa contínua e a análise crítica são fundamentais para uma compreensão abrangente do verdadeiro alcance do K-pop no cenário mundial e para dissipar os estigmas que o cercam.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

_____. *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Edição de J.M. Bernstein. Routledge, 2001.

Ahn, J., Oh, S., & Kim, H. (2013, July). Korean pop takes off! Social media strategy of Korean entertainment industry. In 2013 10th International Conference on Service Systems and Service Management (pp. 774-777). IEEE. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/261385079_Korean_pop_takes_off_Social_media_strategy_of_Korean_entertainment_industry> . Acesso em: 17 abr. 2023

ANDERSON, Crystal S. *Beyond The Chinese Connection: Contemporary Afro-Asian Cultural Production*. Hong Kong University Press, 2013.

ALAIMO, Kara. *Pitch, tweet, or engage on the street: How to practice global public relations and strategic communication*. Nova York: Routledge, 2017.

BANCO MUNDIAL. GDP ranking (2011-2021). 2022. Disponível em: <<https://data.worldbank.org/data-catalog/GDP-ranking-table>> . Acesso em: 27 mar. 2023.

BLANCO, Cindy. Relatório de Idiomas Duolingo 2022: Informativo Global. Disponível em: <https://blog.duolingo.com/pt/relatorio-de-idiomas-duolingo-2022-informativo-global/>. Acesso em: 03 abr. 2023.

BLASKO, Dennis J. *The Chinese Army Today: Tradition and Transformation for the 21st Century*. Routledge, 2012.

BRAGA, Renata. A dominação instrumental em Max Weber. *Revista Sociologia em Rede*, v. 7, n. 1, p. 20-35, 2017.

BRANT, Leonardo. *O poder da cultura*. Peirópolis, 2009.

CHUA, Beng Huat; IWABUCHI, Koichi (Eds.). *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008.

CLIFFORD, James. *The predicament of culture: Twentieth-century ethnography, literature, and art*. Harvard University Press, 1988. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=L2YIBAAAQBAJ&dq=The+Predicament+of+Culture:+Twentieth-Century+Ethnography,+Literature,+and+Art.%22+Harvard+University+Press,+1988.&hl=pt-BR&lr=&source=gbs_book_similarbooks>

CLIFFORD, Scott; SHEFFER, Tibor. Public Diplomacy and Soft Power. In: COOPER, Andrew F.; HEINE, Jorge; THAKUR, Ramesh (Eds.). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, 2017. p. 433-446. Disponível em: http://82.194.16.162:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/696/andrew_f-cooper_jorge_heine_ramesh_thakur_theb-ok-org.pdf?sequence=1. Acesso em: 29 mar. 2023.

COLI, Jorge. *O que é Arte*. 15ª ed., Editora Brasiliense, São Paulo – SP, 1995. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7594027/mod_resource/content/1/COLI%2C%20Jorge.%20O%20Que%20A%CC%83%2%A9%20Arte%281%29.pdf> Acesso em: 18 jul. 2023.

EICHENGREEN, Barry; LIM, Wonhyuk. *The Korean Economy: From a Miraculous Past to a Sustainable Future*. Harvard University Asia Center, 2015.

ELFVING-HWANG, Joanna. K-pop Idols, Artificial Beauty and Affective Fan Relationships in South Korea. In: ELLIOTT, Anthony (Ed.). *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Londres: Routledge, 2018.

FANON, Frantz. *The Wretched of the Earth*. Grove Press, 1967.

Hall, S. (1997). A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, 22(2), 15-46. Disponível em: <https://www.gpef.fe.usp.br/teses/agenda_2011_02.pdf>

HALLYU: como a Coreia do Sul transformou o K-pop em ferramenta política. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/hallyu-como-a-coreia-do-sul-transformou-o-k-pop-em-sua-principal-ferramenta-politica/>. Acesso em: 03 abr. 2023.

HEO, Uk; JEON, Hae-Joang. The Political Economy of South Korea: Economic Growth, Democratization, and Financial Crisis. Disponível em: <https://digitalcommons.law.umaryland.edu/mscas/vol2008/iss2/1>. Acesso em: 29 mar. 2023.

HONG, Euny. “Korean Cool is The Ultimate National Marketing Ploy” in Newsweek (August 8, 2014). Disponível em: <http://www.newsweek.com/2014/08/15/korean-cool-ultimate-nationalmarketing-loy-263505.html>. Acesso em: 28 mar. 2023.

JERVIS, Robert; ART, Robert J. International politics: enduring concepts and contemporary issues. Pearson Education, 2014.

JUNG, Sun-Hee. Being an idol in the K-pop industry: A phenomenological study of South Korean. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, v. 6, n. 1, p. 112-123, 2019.

KIM, Hwajung. The Importance of Nation Brand. *Cultural Diplomacy*, novembro de 2012. Disponível em: <https://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/Hwajung_Kim_The_Importance_of_Nation_Brand.pdf> . Acesso em: 28 mar. de 2023.

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY. Kocca. Disponível em: <https://www.kocca.kr/en/main.do>. Acesso em: 03 abr. 2023.

KWON, O. Yul. The Korean Economy in Transition: An Institutional Perspective. Edward Elgar, 2010.

LE, Nguyen. BTS: from k-pop idols to diplomats: the right formula for effective public diplomacy? USC Center on Public Diplomacy (CPD), 28 out. 2021. Disponível em: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/bts-k-pop-idols-diplomats-right-formula-effective-public-diplomacy>. Acesso em: 30 mar. 2023.

MARTÍNEZ, Hector. EL País. K-Pop, a música símbolo da expansão cultural sul-coreana. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/09/cultura/1523258847_110221.html. Acesso em: 03 abr. 2023.

MELISSEN, Jan; LEE, Sook Jong. Public diplomacy and soft power in East-Asia. 2011.

MOYA, P. M. Immigrants and Assimilation into American Society. In: HANDBOOK OF IMMIGRATION AND CRIMINOLOGY. Springer, 2015. p. 47-61.

NYE JR, Joseph S. Soft power: The means to success in world politics. Public affairs, 2004.

OGBURN, William Fielding. Culture and Sociology. *Social Forces*, Volume 16, Issue 2, December 1937. p. 161–169. Disponível em: <<https://academic.oup.com/sf/article-abstract/16/2/161/1990049?redirectedFrom=fulltext>> Acesso em: 18 de jul. 2023.

OLIVEIRA, M. B. B. A Ascensão do K-pop no Ocidente e seu Impacto na Indústria Musical. Disponível em: <<https://falauniversidades.com.br/a-ascensao-do-k-pop-no-ocidente-e-seu-impacto-na-industria-musical/>> Acesso em: 30 mar. 2023.

OVERHOLT, W. H. (2018). *China's Crisis of Success*. Cambridge University Press.

PANDA, Jagannath; YONG AHN, Choong. South Korea's Indo-Pacific Strategy: Quest for Clarity and Global Leadership. 2023. Disponível em: <https://thediplomat.com/2023/01/south-koreas-indo-pacific-strategy-quest-for-clarity-and-global-leadership/>. Acesso em: 02 abr. 2023.

PASCUAL, Danielle. BTS' 10 Top Songs on the Billboard Hot 100. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/lists/bts-top-songs-billboard-hot-100/bts-feat-designer-mic-drop/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

RUSSELL, Mark James. K-POP Now!: The Korean Music Revolution. Tuttle Publishing, 2014.

SAID, Edward. Orientalism. Vintage Books, 1979.

_____. Cultura e Imperialismo. Companhia das Letras, 1995.

SUZUKI, Shin. Como estratégia sul-coreana que impulsionou k-pop e cinema pode inspirar o Brasil. BBC NEWS BRASIL, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-62975564>. Acesso em: 03 abr. 2023.

The Noite recebe pela primeira vez a sensação do K-pop NCT DREAM. SBT, 2023. Disponível em: <https://www.sbt.com.br/talkshow/the-noite/fiquepordentro/252411-the-noite-recebe-pela-primeira-vez-a-sensacao-do-k-pop-nct-dream> Acesso em: 19 jul. 2023

"The World's Best Employers 2021: South Korea's Samsung Takes Top Spot, Followed By LG And SK Hynix." Forbes, 14 de outubro de 2021.

THE USE OF ART AND CULTURE AS A POLITICAL INSTRUMENT BY SOUTH KOREA: THE IMPORTANCE AND INFLUENCE OF KOREAN POP MUSIC

Abstract. This paper investigates the instrumentalization of culture and art in international politics, focusing on South Korea as an example of the effectiveness of soft power. Exploring the transformation of cultural elements into political and economic means, it analyzes how this strategy is used to influence public opinions and gain political advantages. The "Korean Wave" (Hallyu) is highlighted as a form of cultural diplomacy, promoting South Korean culture globally, with an emphasis on K-pop. Additionally, the study addresses the economic impacts of K-pop in South Korea, such as the increased demand for Korean language education and the boost in tourism driven by interest in pop culture.

Keywords: Instrumentalization of culture; Soft Power; South Korea; K-pop.