

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

NATALY DE OLIVEIRA LEMOS

O K-POP COMO FERRAMENTA DE *SOFT POWER* SUL-COREANA E PROPAGADOR  
DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO: O CASO DAS *IDOLS* DO K-POP

Porto Alegre

2022

**NATALY DE OLIVEIRA LEMOS**

**O K-POP COMO FERRAMENTA DE *SOFT POWER* SUL-COREANA E  
PROPAGADOR  
DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO: O CASO DAS *IDOLS* DO K-POP**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Orientadora: Pâmela Marconatto  
Marques

**Porto Alegre**

**2022**

### CIP - Catalogação na Publicação

de Oliveira Lemos, Nataly  
O K-POP COMO FERRAMENTA DE SOFT POWER SUL-COREANA E  
PROPAGADOR DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO: O CASO DAS  
IDOLS DO K-POP / Nataly de Oliveira Lemos. -- 2022.  
66 f.  
Orientadora: Pâmela Marconatto Marques.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Ciências Econômicas, Curso de Relações  
Internacionais, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Coreia do Sul. 2. Onda Hallyu. 3. Soft Power. 4.  
K-pop. 5. Discriminação de gênero. I. Marconatto  
Marques, Pâmela, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

**NATALY DE OLIVEIRA LEMOS**

O K-POP COMO FERRAMENTA DE *SOFT POWER* SUL-COREANA E PROPAGADOR  
DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO: O CASO DAS *IDOLS* DO K-POP

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Relações Internacionais da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: Porto Alegre, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2022.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dra. Pâmela Marconatto Marques

UFRGS

---

Prof. Dra. Verônica Korber Gonçalves

UFRGS

---

Prof. Dra. Tatiana Vargas-Maia

UFRGS

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, em primeiro lugar, à UFRGS, a todas professoras e professores e funcionárias e funcionários que a compõem. A UFRGS foi uma segunda casa para mim, assim como para milhares de outros estudantes, e os anos passados nela me ensinaram lições que eu certamente vou levar para fora do campus e ainda carregar por muito tempo.

Quero agradecer muitíssimo a minha orientadora, professora Pâmela, pelas aulas e ensinamentos incríveis, por ter apresentado o mundo dos estudos pós-coloniais — onde me encontrei — e pela orientação cuidadosa e sempre incentivadora. Antes da professora Pâmela, nunca acreditei que seria possível escrever um trabalho de conclusão de curso sobre esse tema. Tenho certeza que todo o processo de escrita se tornou pelo menos um pouquinho mais fácil por eu estar tão satisfeita com o meu tema. À professora Pâmela e ao tema do trabalho, espero tê-los feito justiça.

Não posso deixar de agradecer aos amigos que, de um jeito ou de outro, acompanharam a jornada que foi a graduação e a escrita do TCC. À Manuella e à Tayssa, a amizade e o companheirismo de vocês foram imprescindíveis nesses anos, obrigada pelas conversas, desabafos, risadas e noites em claro terminando trabalhos juntas. Ao Felipe, obrigada pelos oito (nove já?) anos de amizade, pelo ombro amigo, pelo apoio incondicional mesmo quando eu dou uma sumida sem avisar, pelas puxadas de orelha e pela compreensão.

Por fim, mas não menos importante, gostaria de agradecer aos meus pais e irmã mais velha. Aos meus pais, pelo suporte e pelo incentivo ao longo da minha vida, por acreditarem em mim e fazerem o seu máximo para entender as dificuldades que enfrentei e ainda enfrento. À minha irmã, também pelo suporte e incentivo, mas especialmente pelo exemplo que se tornou sem sequer perceber, por ter me mostrado que era uma possibilidade sim estudar em uma universidade federal. Espero que estejas orgulhosa de mim tanto quanto sou de ti.

*“Do not accept the fate of the moon*

*Get off the track*

*Reveal to the world the hidden side*

*Burn yourself.”*

**LOONA 이달의 소녀 – So What**

## **RESUMO**

O presente trabalho busca analisar se a Onda Hallyu constitui-se como um instrumento de soft power sul-coreano e, em caso positivo, se constitui-se também como uma ferramenta propagadora do padrão de discriminação de gênero patriarcal sul-coreano. Para isso, este trabalho busca primeiramente analisar o contexto econômico e político dentro do qual a Onda Hallyu teve seu início, bem como sua expansão e sua transformação em um valioso recurso de soft power. Em seguida, busca-se expor como a Onda Hallyu constitui-se também como um ato de redistribuição hegemônica cultural, analisando dados de seu sucesso e influências globais. Por último, buscar-se-á analisar e debater de que forma o padrão tradicional de discriminação de gênero sul-coreano está enraizado especificamente no K-pop e como molda essa indústria até os dias de hoje. No escopo da metodologia qualitativa, pretende-se utilizar uma revisão de literatura especializada previamente selecionada, além da apresentação exemplar de dois casos icônicos, a partir dos quais algumas pistas sobre discriminação de gênero serão rastreadas. Os resultados aqui apontam que mesmo que os grupos femininos do K-pop sejam um gênero dominante dentro do próprio K-pop, as artistas femininas são sistematicamente silenciadas e subjugadas a um ideal de feminilidade ideal criado pela indústria, esta que foi fundada sobre padrão patriarcal, reproduzindo os principais valores da sociedade sul-coreana tradicional. Destaca-se que mesmo que muitas das músicas dessas artistas falem de emancipação feminina e amor próprio, essa discriminação de gênero é sutil e constante, e está profundamente estabelecida no modo que essas *idols* são tratadas pelas empresas e pelo público, especialmente quando elas agem ou falam contra esse padrão tradicional de discriminação de gênero.

**Palavras-chave:** Coreia do Sul. Soft power. Onda Hallyu. K-pop. Discriminação de gênero. Grupos femininos.

## **ABSTRACT**

The present work seeks to analyze whether the Hallyu Wave constitutes an instrument of South Korean soft power and, if so, whether it also constitutes a propagating tool of the South Korean patriarchal gender discrimination pattern. For this, this work first seeks to analyze the economic and political context within which the Hallyu Wave began, as well as its expansion and transformation into a valuable soft power resource. Then, it seeks to expose how the Hallyu Wave is also constituted as an act of cultural hegemonic redistribution, analyzing data on its success and global influences. Finally, it will seek to analyze and discuss how the traditional pattern of South Korean gender discrimination is rooted specifically in K-pop and how it shapes this industry to this day. In the scope of the qualitative methodology, it is intended to use a previously selected review of specialized literature, in addition to the exemplary presentation of two iconic cases, from which some clues about gender discrimination will be traced. The results here indicate that even though K-pop girl groups are a dominant genre within K-pop itself, female artists are systematically silenced and subjugated to an ideal of ideal femininity created by the industry, which was founded on a patriarchal pattern, reproducing the main values of traditional South Korean society. It is noteworthy that even though many of these artists' songs speak of female emancipation and self-love, this gender discrimination is subtle and constant, and is deeply established in the way these idols are treated by companies and the public, especially when they act or speak out against this traditional pattern of gender discrimination.

**Keywords:** South Korea. Soft power. Hallyu wave. K-pop. Gender discrimination. Girlgroups.



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Pôster promocional de Between 1&2 .....	23
<b>Figura 2</b> - Screenshot do videoclipe Butterfly .....	43
<b>Figura 3</b> – Sullyoon .....	48
<b>Figura 4</b> - Irene .....	50

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
<b>2 A CONJUNTURA SUL-COREANA NA DÉCADA DE 1990, O INÍCIO DA ONDA HALLYU E A SUA UTILIZAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER .....</b>	<b>15</b>
2.1 A CONJUNTURA SUL-COREANA NA DÉCADA DE 1990: DEMOCRATIZAÇÃO, CRISE DE 1997 E INÍCIO DA ONDA HALLYU.....	15
2.2 A EXPANSÃO DA ONDA HALLYU E SUA UTILIZAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER SUL-COREANO.....	22
<b>3 A ONDA HALLYU COMO UMA FERRAMENTA EM PROL DA REDISTRIBUIÇÃO HEGEMÔNICA CULTURAL E PROPAGADORA DO PADRÃO PATRIARCALISTA .....</b>	<b>29</b>
3.1 A HEGEMONIA CULTURAL GRAMSCIANA, O ORIENTALISMO E A SUBALTERNIDADE FEMININA.....	29
3.2 REDISTRIBUIÇÃO HEGEMÔNICA CULTURAL E PADRÃO DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO PATRIARCAL SUL-COREANO .....	34
<b>4 A DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO DENTRO DA ONDA HALLYU: O CASO DAS IDOLS DO K-POP.....</b>	<b>44</b>
4.1 A INDÚSTRIA DO K-POP .....	45
4.2 AS <i>IDOLS</i> DO K-POP .....	47
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>58</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com a organização Cultura Coreana e Serviço de Informação (KOCIS) (2011) do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo do governo sul-coreano, o termo “Onda Hallyu” surgiu no final da década de 1990, com a mídia chinesa utilizando-o para descrever a popularidade da cultura pop sul-coreana na China. O sucesso da Onda Hallyu se deu primeiramente com a exportação de dramas de televisão, estes que começaram a fazer sucesso fora da Coreia do Sul, em países como Cingapura, Japão, China e Vietnã. A partir de meados dos anos 2000, além do sucesso dos dramas de televisão, a Onda Hallyu passou também a contar com a popularidade da música pop sul-coreana que alcançou a Europa e as Américas (KOCIS, 2011).

O presente trabalho busca analisar se a Onda Hallyu constitui-se como um recurso de soft power para a Coreia do Sul e, para além disso, compreender e expor se a Onda Hallyu também se constitui como um instrumento propagador de discriminação de gênero, tendo em vista os indícios de que tenha sido criada e expandida com base em um padrão de discriminação e exploração de gênero patriarcalista sul-coreano. Dessa forma, será abordado neste trabalho como a Onda se iniciou e como se expandiu até os dias de hoje, tratando da sua importância econômica e política para a Coreia do Sul. Em seguida, buscar-se-á analisar e debater como o padrão tradicional de discriminação de gênero sul-coreano está enraizado nesse fenômeno e molda a indústria do K-pop até os dias de hoje, a partir de dois casos que servirão como rastreadores de pistas para pensarmos o fenômeno, importantes pelas discussões que permitem fazer.

Desde a década de 1990, a Coreia do Sul passou por diversas transformações políticas econômicas e sociais, perpassando pela sua primeira eleição democrática em 1993, a crise econômica asiática em 1997 e a sua rápida recuperação econômica nos anos 2000. Depois do seu início, na metade de década de 1990, a Onda Hallyu se expandiu e se tornou um dos fatores responsáveis pelo crescimento econômico da Coreia do Sul (SANTOS, MARQUES, 2022; JANG, 2012), sendo parte da sua economia criativa ascendente e constituindo-se — esse é o argumento deste trabalho — como recurso de soft power, tendo em vista o sucesso dos grupos de K-pop, como BTS e Blackpink, e dos filmes e séries de televisão, como Parasita e Round 6. Levando em consideração os dados apresentados ao longo deste trabalho e o conceito de hegemonia cultural gramsciana, será investigado como a Onda Hallyu pode ser concebida também como um ato de redistribuição hegemônica cultural, isto é, dado o sucesso global e o

lucro que arrecada, a Onda Hallyu já se constitui como um bloco cultural dominante próprio, e não apenas um ato contra-hegemônico.

De acordo com o teórico sul-coreano Gooyoung Kim (2019)<sup>1</sup>, a raiz patriarcal e a influente discriminação de gênero geraram uma indústria de entretenimento sul-coreana na qual as artistas femininas são objetificadas e vistas como mercadorias a serem utilizadas em favor dessa indústria. E embora seja possível observar avanços que vão contra a histórica demarcação patriarcal do espaço — entre o âmbito público masculino e o doméstico feminino —, a discriminação de gênero ainda se faz presente e visível, principalmente “o controle sociocultural sobre os corpos femininos, que se baseia em cálculo estratégico de interesses políticos econômicos masculinos, é um modo ativo e efetivo de sua funcionalidade” (KIM, 2019, p. 33, tradução nossa)<sup>2</sup>.

Tendo isso em vista, parte-se de três pressupostos: (i) durante a rápida industrialização e subsequente crescimento econômico, a Coreia do Sul encontrou em sua economia criativa um jeito eficiente de fazer a sua economia continuar crescendo e investiu nela, auxiliando a expansão da Onda Hallyu; (ii) a partir da expansão massiva da Onda Hallyu, esta se constituiu como um valioso recurso de soft power para a Coreia do Sul; e (iii) a Onda Hallyu teve sua criação e expansão fundamentada no padrão tradicional sul-coreano de discriminação e exploração de gênero.

As perguntas de partida que orientam este trabalho são: É possível conceber o K-pop como ferramenta de soft power sul-coreana? Em caso positivo, podemos afirmá-lo também como propagador de discriminação de gênero? Em que termos e por meio de que mecanismos isso se dá? Para responder às questões apresentadas, a metodologia definida para este trabalho é qualitativa. Realizou-se levantamento e revisão bibliográfica pertinente às transformações econômicas e políticas da Coreia do Sul que, eventualmente, levaram ao início e expansão da Onda Hallyu. A bibliografia para este trabalho conta com teóricos sul-coreanos bem como teóricas sul-coreanas ainda não plenamente difundidos nas RI, o que justifica seu levantamento bibliográfico. Além disso, para compreender como a Onda Hallyu se constituiu como

---

<sup>1</sup> Gooyoung Kim é um teórico sul-coreano e atualmente é professor de Artes de Comunicação na Universidade Cheyney na Pennsylvania, seu livro “From Factory Girls to K-pop Idol Girls: Cultural Politics of Developmentalism, Patriarchy, and Neoliberalism in South Korea’s Popular Music Industry” lançado em 2019, foi a primeira monografia acadêmica a examinar criticamente várias origens e fatores por trás do sucesso da cultura popular sul-coreana. Antes, trabalhos acadêmicos focavam em aspectos específicos do sucesso e das discriminação dos grupos femininos, como análise de videocliques ou coreografias, porém Kim abordou o tema a partir de uma visão estrutural da sociedade sul-coreana, incluindo políticas do governo, estratégias de negócios, o legado cultural do confucionismo, entre outros (CHEYNEY UNIVERSITY, 2021).

<sup>2</sup> Idioma original do trecho: inglês.

instrumento de soft power e o seu papel na redistribuição hegemônica cultural, analisaremos dois casos a partir de levantamento documental e midiático, com consulta a sites de notícias e redes sociais. Esses casos previamente evidenciam episódios de discriminação ocorridos com artistas femininas do K-pop.

Desse modo, o trabalho foi estruturado em três capítulos, os quais tratarão das proposições já comentadas ao longo desta introdução. O segundo capítulo focar-se-á na apresentação das transformações políticas e econômicas ocorridas na Coreia do Sul a partir da década de 1990 e como essas transformações resultaram, eventualmente, no início da Onda Hallyu. Será exposto como se deu a expansão da Onda Hallyu e os seus efeitos na economia sul-coreana, buscar-se-á compreender também como se deu a transformação da Onda Hallyu em instrumento de soft power e o seu valor para a Coreia do Sul.

No terceiro capítulo, buscar-se-á, a partir das contribuições teóricas de Gramsci, Said e Spivak, localizar a Onda Hallyu como um ato de redistribuição hegemônica cultural da atualidade, tendo em vista seu sucesso e influência globais. Além disso, procurar-se-á expor de que forma a Onda Hallyu, criada sobre as bases de uma sociedade patriarcalista e tendo herdado seus valores, constitui-se como propagadora de discriminado de gênero, especialmente no âmbito do K-pop.

No quarto capítulo, analisar-se-á como a indústria do K-pop começou, como foi formado o seu sistema de treinamento e como o gênero se expandiu. Buscar-se, ainda, expor casos de discriminação de gênero contra artistas femininas do K-pop que explicitam de que forma o padrão de discriminação de gênero patriarcal sul-coreano moldou a indústria e continua como presença sólida dentro da mesma até hoje, submetendo as artistas femininas a uma imagem previamente estabelecida daquilo que é “ideal”, uma imagem desejada e esperada pelo padrão patriarcal enraizado na indústria do K-pop e na opinião pública.

Permito-me agora, encorajada pelas epistemologias feministas (HARAWAY, 2000) a situar-me na escrita. A primeira vez que tive contato com a Onda Hallyu foi através do K-pop, no início de 2014. Assim como ocorreu com tantas outras pessoas, fui cativada pelos grupos femininos e masculinos com vocais e coreografias impressionantes e videoclipes que mais pareciam filmes na maior parte das vezes, além das produções musicais que misturavam diversos estilos em uma única faixa, fazendo assim com que cada álbum fosse uma experiência totalmente distinta. Era completamente diferente do conteúdo ocidental ao qual eu estava acostumada. Logo de início eu notava que havia uma diferença no conceito que grupos masculinos e grupos femininos apresentavam em suas músicas e videoclipes, naquela época era muito comum que grupos femininos tivessem conceitos “fofos” e grupos masculinos um

conceito mais maduro e autoconfiante, mas eu não pensava muito a respeito. O meu conhecimento sobre discriminação de gênero até então era sobre aquela discriminação que se faz óbvia, com xingamentos e agressão física.

Foi em 2015 que eu percebi que havia um tipo de opressão mais sutil nessa indústria. Ao acompanhar o programa *Sixteen* — um *survival show* construído para formar o novo grupo feminino de uma empresa muito importante dentro do K-pop<sup>3</sup> — eu comecei a me sentir incomodada com a forma com que algumas meninas eram tratadas pelo, até hoje, diretor da empresa. Eu lembro de ficar especialmente admirada com uma das meninas, já tinha dez anos que ela vinha recebendo treinamento em canto e dança e eu fiquei admirada com todo o talento e esforço dela. Para mim, ela tinha uma vaga garantida na formação final do grupo, porém o diretor da empresa não parecia pensar o mesmo, criticando-a inúmeras vezes por supostamente estar acima do peso e não ter a imagem de uma *idol*<sup>4</sup>. Eu não conseguia entender aquilo, eu não conseguia compreender como essa tal imagem pudesse importar mais do que o talento e esforço absurdos daquela menina.

Perto do final do programa, ficou visível que ela vinha perdendo peso e, no último episódio do programa, o diretor a elogiou por estar mais magra. Quando foi anunciado que ela faria parte do grupo, eu lembro claramente como ele disse que ela tinha a imagem que ele queria para esse novo grupo. Eu me recordo de ficar irritada com aquilo, pensando que ela sempre havia sido ótima e era uma artista que eu gostaria de acompanhar, mas ela só foi reconhecida pela indústria depois de perder peso e fazer o possível para se encaixar na imagem que o diretor tinha na cabeça. O grupo, Twice (트와이스)<sup>5</sup>, estreou em 2015 e faz sucesso até hoje, tanto internacional quanto domesticamente. E esse caso que comentei foi sobre a líder do grupo, Jihyo, que até hoje é amplamente reconhecida por seu talento e esforço, não só em dança e canto, mas também como líder do grupo.

Esse episódio repercutiu em mim como um choque de realidade, e foi a partir dele que eu comecei a perceber que essa indústria também tem muitos problemas e que os artistas na verdade não têm todo o controle que geralmente as pessoas acham que eles têm sobre a sua imagem e sobre seus lançamentos. Conforme os anos passaram, fui construindo — e sigo aperfeiçoando — um olhar crítico não só para a minha realidade, mas também para o conteúdo

---

<sup>3</sup> Música pop sul-coreana.

<sup>4</sup> *Idol* é como é chamado um artista do K-pop.

<sup>5</sup> O grupo é composto por nove integrantes (Nayeon, Jeongyeon, Momo, Sana, Jihyo, Dahyun, Mina, Chaeyong e Tzuyu), teve sua sua estreia em outubro 2015 e é gerenciado pela JYP Entertainment (JYP ENTERTAINMENT, [2022]).

que consumo. Fico feliz pelo sucesso do K-pop, e da Onda Hallyu no geral, porque acredito ser um avanço geopolítico importante, porém não posso — e não quero — deixar de perceber seus problemas e apontá-los.

Até mais ou menos metade da graduação, eu não sabia que havia como ligar esse meu interesse com a minha formação, e foi graças à professora Pâmela que eu me dei conta de que existia essa possibilidade. O primeiro momento foi durante a cadeira de Análise de Conjuntura, onde fiz um trabalho sobre a Onda Hallyu com a minha amiga e colega, Tayssa. Foi uma experiência incrível e muito importante para mim, me dar conta de que eu podia relacionar a minha graduação a esse tema. O verdadeiro divisor de águas para mim, no entanto, aconteceu durante o seminário de Estudos Pós-Coloniais, também com a professora Pâmela, onde tive o primeiro contato teóricos pós-coloniais e senti que realmente estava me encontrando. O contato com Said e Spivak foi especialmente valioso, foi uma experiência diferente de qualquer outra, lê-los. E foi apenas quando tive esse contato que eu me dei conta de que era isso que estava faltando para mim. Um novo mundo se abria à minha frente.

Para além disso, é necessário destacar que ao utilizar o conceito de soft power de Joseph Nye, o conceito gramsciano de hegemonia cultural, bem como as contribuições pós-coloniais de autores como Said e Spivak, o presente trabalho busca mobilizar essas teorias como lentes a serem testadas ante a realidade. Lidar com teorias tão diferentes entre si mostra-se um esforço necessário na tentativa de compreender a Onda Hallyu e os seus efeitos. O modo como cada lente teórica é mobilizada no trabalho performatiza a maneira como cada uma delas chegou à minha vida acadêmica, encenando seus limites e possibilidades.

Um último ponto importante a ser mencionado trata-se da minha localização, como autora deste trabalho e mulher branca latino-americana. A partir da leitura de “Pode o subalterno falar?” da intelectual indiana Gayatri Spivak (2010) e do artigo “Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses” de sua conterrânea Chandra Mohanty (1988), este trabalho foi escrito com o esforço de lutar contra modos de propagação da subalternidade feminina — e não de falar por mulheres com experiências tão diferentes das minhas próprias —, especificamente a subalternidade feminina dentro do K-pop. Durante a escrita deste trabalho e inspirada por Mohanty (1988), mantive também um esforço consciente de autocrítica para não cair na armadilha de homogeneizar as mulheres como um único grupo por causa de uma opressão compartilhada. Nesse sentido, esforcei-me para não cair na armadilha colonialista e apropriadora de generalizar as mulheres subalternas e suas experiências. Tendo dito isso, tenho a esperança de que este trabalho se una a tantos outros para fazer frente ao silenciamento de mulheres subalternas.

## 2 A CONJUNTURA SUL-COREANA NA DÉCADA DE 1990, O INÍCIO DA ONDA HALLYU E A SUA UTILIZAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER

O presente capítulo buscará analisar as transformações políticas e econômicas ocorridas na Coreia do Sul a partir da década de 1990, incluindo a transição democrática e a crise financeira de 1997, e como essas transformações eventualmente geraram um cenário onde o fenômeno hoje conhecido como Onda Hallyu pudesse nascer e prosperar. Será exposto como se deu a expansão da Onda Hallyu e os seus efeitos na economia sul-coreana, além de buscar-se compreender como se deu a transformação da Onda Hallyu em instrumento de soft power e o seu valor para a Coreia do Sul.

### 2.1 A CONJUNTURA SUL-COREANA NA DÉCADA DE 1990: DEMOCRATIZAÇÃO, CRISE DE 1997 E INÍCIO DA ONDA HALLYU

Em 1987, a Coreia do Sul viu uma virada significativa no seu desenvolvimento político com a eleição de Roh Tae-woo (1932-2021). Aqui começava a sua transição para a democracia e o regime militar perdia controle sobre o país. Os primeiros cinco anos da presidência de Roh, começando em 1988, são considerados um período transicional. Mesmo sendo parte do círculo militar de Chun Doo-hwan<sup>6</sup> (1931-2021) e uma das figuras mais importantes da Quinta República<sup>7</sup>, Roh adotou um perfil presidencial moderado e conciliador e comprometeu-se com a democratização da política sul-coreana, o que parece ter sido um fator relevante para as eleições da Assembleia Nacional em abril de 1988, onde partidos diferentes ganharam (SETH, 2016).

Um dos momentos mais importantes para a Coreia do Sul durante o governo Roh foi a realização bem sucedida dos Jogos Olímpicos de Verão em setembro de 1988, esses sendo os primeiros Jogos Olímpicos assistidos por quase todas as nações após doze anos em função da Guerra Fria. Foi uma oportunidade para os sul-coreanos mostrarem a ascensão de seu país depois da Guerra da Coreia a um Estado moderno e industrial. Em termos de relações públicas,

---

<sup>6</sup> Ex-presidente da Coreia do Sul, tendo governado após o golpe militar em 1979, também foi responsável pelo massacre de manifestantes pró-democracia do exército de Gwangju nos anos 1980. Foi condenado e recebeu pena de morte comutada (CNN, 2021).

<sup>7</sup> Governo da Coreia do Sul de 1981 a 1987, estabelecido por Chun Doo-hwan após o golpe militar de 1979 (SETH, 2016).



foi um evento muito eficaz, já que os visitantes ficaram surpresos com a modernidade e prosperidade de Seoul. Depois das Olimpíadas, o governo sul-coreano relaxou significativamente as restrições de viagem e os sul-coreanos começaram a viajar para o exterior em grandes números. O país se tornava uma presença global, seu povo se tornava mais cosmopolita e a economia prosperava (SETH, 2016).

O crescimento da indústria foi um dos elementos que incentivou o fim do controle militar, já que os partidos no poder e os *chaebols* (재벌)<sup>8</sup> tinham uma forte aliança. Para os *chaebols*, uma administração civil lhes permitiria perseguir seus objetivos de lucro sem precisarem se preocupar com muita burocracia. E, à medida que a economia se desenvolvia, os grandes conglomerados — como Samsung, LG e Hyundai — ganhavam confiança suficiente para competir no mercado global sem a observação atenta do governo. Além disso, grande parte do mundo empresarial concordou com a população que a democratização do governo era essencial para o país avançar ainda mais (BEDESKI, 1994).

Ao mesmo tempo, ideias democráticas inspiradas nos ideais democráticos liberais dos EUA ganhavam força no país, o que pôde ser observado na luta pelo acesso aberto à educação em todos os níveis, onde as famílias em situação econômica fragilizada faziam sacrifícios na esperança de que seus filhos fossem capazes de ter sucesso através da educação e, conseqüentemente, subissem na escala social. Esse pensamento desempenhou um papel significativo na formação da nação. As pessoas se esforçavam enormemente e abriam mão de muitas coisas com o objetivo de dar um futuro melhor para sua família (SETH, 2016).

Em 1993, um passo crucial para o processo de democratização foi dado com a eleição de Kim Young-sam (1927-2015). Ele era um dissidente proeminente na Coreia do Sul e se tornou o primeiro líder civil eleito em mais de três décadas. Kim foi eleito na plataforma do Partido Liberal Democrático, uma confederação de antigos partidários da Quinta República, conservadores e reformadores moderados. Entretanto, Kim Young-sam logo tratou de refutar seu status de fantoche das autoridades militares anteriores, ordenando investigações de corrupção militar que fizeram vários comandantes seniores se demitirem. Ele removeu especificamente de posições importantes aqueles ligados à forte e secreta Sociedade Hanahoe<sup>9</sup> dos militares (SETH, 2016; YOON, 1996).

Kim também reformulou a Agência de Planejamento de Segurança Nacional e reduziu sua vigilância doméstica. Além disso, ele tornou públicas suas participações financeiras e exigiu

---

<sup>8</sup> “Grandes conglomerados empresariais controlados por suas famílias fundadoras” (EAST ASIA FORUM, 2021).

<sup>9</sup> Grupo privado não oficial de militares liderado por Chun Doo-hwan (SETH, 2016).

que os membros do gabinete e outros altos funcionários fizessem o mesmo. O foco principal das iniciativas de reforma foi a corrupção nos negócios e no governo que não apenas indignou o público, mas também foi vista como um impedimento ao desenvolvimento do país. Ainda em 1993, ele promulgou a legislação do "Nome Verdadeiro", que suspendeu a prática de abrir contas financeiras sob identidades falsas, utilizadas como um canal para suborno, lavagem de dinheiro e evasão fiscal. Seus índices de aprovação subiram para 90% como resultado dessas políticas bem recebidas (YOON, 1996).

Entretanto, após o primeiro ano, percebeu-se uma ruptura nas reformas. Na realidade, Kim Young-sam implementou poucas políticas substanciais, especialmente no setor econômico. Mesmo com muitas empresas se tornando financeiramente sobrecarregadas, não houve reorganização significativa dos setores bancário ou industrial, viu-se apenas algumas tentativas aleatórias. Por exemplo, a Reforma de Especialização Chaebol, lançada em 1994, cujo objetivo era exigir que os trinta principais *chaebols* especificassem os negócios nos quais pretendiam se concentrar para impedir a duplicação desnecessária de investimentos e a superexpansão, não foi colocada em prática. Na verdade, entre 1993 e 1996, a propriedade de subsidiárias dos grandes *chaebols* aumentou em 10%, e um fator essencial para esse desenvolvimento foi a continuidade da tradicional aliança entre o grande capital — financiado por empréstimos de bancos estatais — a burocracia e o atual governo (SETH, 2016).

Mesmo com esses problemas, é relevante citar que, em 1996, a censura cinematográfica foi declarada ilegal, acontecimento histórico que abriu espaço para a liberdade de expressão e gerou oportunidade para a criação das séries de televisão sul-coreanas — essas que viriam a ser o primeiro passo da Onda Hallyu. Além disso, a economia via um período de bom desempenho. A Coreia do Sul aderiu à Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e seu Produto Interno Bruto (PIB) aumentou 7%. No entanto, em 1997, veio a público o escândalo Hanbo<sup>10</sup>, que acabou sendo um sinal da presença de graves problemas financeiros em muitas empresas sul-coreanas e, com a ajuda de empréstimos a juros baixos dos bancos estatais, muitos haviam se estendido demais (YECIES, 2011; SETH, 2016).

A realidade era que atos imprudentes de liberalização — desde a década de 1980 até meados da década de 1990 — estavam diretamente ligados à crise que estourou. O governo interrompeu o monitoramento das decisões de investimento do *chaebol* durante esse período, reduziu significativamente sua influência sobre os mercados financeiros domésticos e

---

<sup>10</sup> Pessoas próximas de Kim Young-sam estavam aceitando dinheiro das empresas Hanbo Iron e Steel Company, que buscavam auxílio para impedir que fosse a falência. O problema se agravou quando o segundo filho de Kim foi condenado por tráfico de influência (SETH, 2016).

liberalizou os fluxos de capital de curto prazo. A remoção de praticamente todas as restrições aos fluxos de capitais transfronteiriços resultou em uma expansão significativa da influência do capital estrangeiro na economia sul-coreana. Em meados da década de 1990, dependia-se cada vez mais de movimentos de carteira e empréstimos estrangeiros de curto prazo. Devido à falta de reservas cambiais adequadas, a economia coreana estava vulnerável a preocupações com a moeda e a saída de investidores (ERDOGDU, 2002).

Em dezembro de 1997, Kim Dae-jung foi eleito o novo presidente da Coreia do Sul. Levando em consideração que Kim Young-sam havia se aliado a figuras militares da ditadura, esta eleição foi a primeira transferência de poder verdadeiramente pacífica e ordenada de um partido político para outro. Era uma prova do quão longe a nação havia chegado nos dez anos anteriores que um político tão desprezado pela antiga administração militar pudesse ser eleito e empossado de forma pacífica e que tudo fosse tratado como de costume (SETH, 2016).

Antes mesmo de sua posse, Kim começou a entrar em contato com representantes do sistema bancário global e a desenvolver uma estratégia de recuperação. A crise financeira levou a um consenso generalizado de que o sistema econômico do país exigia uma reestruturação, assim o governo Kim direcionou sua energia para uma nova reforma. As iniciativas de reforma anteriores foram desafiadoras porque os principais *chaebols* acreditavam que eram grandes demais para falir, além de que podiam contar com políticos para agir em seu nome — uma vez que estes se preocupavam com os investimentos e empregos de seus eleitores — e podiam contar com os bancos para conseguir mais dinheiro, de modo que suas dívidas continuaram crescendo (SETH, 2016; KIM, 2000).

A reforma econômica do governo Kim começou de forma promissora e a política macroeconômica incrivelmente restritiva recomendada pelo FMI passou a ser aplicada. Alguns bancos foram forçados a se unir ou dissolver, e alguns negócios passaram por reestruturação. O governo não podia mais intervir nas decisões de empréstimos dos bancos comerciais e também não podia ajudar empresas a evitar a falência. Os sindicatos e o presidente precisaram chegar a um acordo para tolerar demissões e cortes no orçamento. Além disso, a aquisição de empresas coreanas por empresas estrangeiras passou a ser permitida, o que representou um afastamento do passado em um país em que muito se temia a hegemonia econômica estrangeira (ERDOGDU, 2002; SETH, 2016).

As mudanças foram difíceis. Em um país onde havia apenas um único provedor na maior parte das famílias, o aumento do desemprego de 2,7% para 8,6% foi um golpe bruto. A taxa de suicídio aumentou em 50% e o fenômeno nosukja (노숙자) surgiu, onde homens desempregados preferiam dormir nas estações de metrô em vez de voltar para casa sem

emprego. Muitas mulheres acabaram na prostituição, de forma integral ou parcial, para conseguir algum dinheiro. Além disso, as demissões foram ocasionalmente recebidas com violência. A taxa de liquidação do won — a moeda sul-coreana — era apenas metade do que tinha sido anteriormente, tornando as importações e viagens internacionais incrivelmente caras (SETH, 2016).

Progressivamente, as reformas começaram a surtir efeito e a Coreia do Sul se recuperou da crise, readquiriu sua vitalidade econômica e reduziu substancialmente sua vulnerabilidade externa. Para que a economia sul-coreana fosse capaz de se recuperar rapidamente, o fechamento de instituições financeiras inviáveis e a resolução de empréstimos inadimplentes foi fundamental, já que isso contribuía enormemente para a estabilidade financeira. Juntamente com a queda das taxas de câmbio reais, o ajuste das políticas fiscal e monetária também contribuiu para a rápida recuperação, e os mercados de títulos corporativos e governamentais foram cruciais no processo de reestruturação financeira e ajuste macroeconômico. As deficiências presentes no setor corporativo, principalmente nas empresas *chaebol* foram atenuadas por meio dessas reformas estruturais (LEE, 2007).

Entre 1998 e 2001, o país recebeu 52 bilhões de dólares em investimentos estrangeiros diretos, o que consistia em mais que o dobro do que havia recebido nas últimas três décadas. Em 1999 e 2000, o PIB aumentou 10% e 9%, respectivamente. Em 2001, o governo pagou integralmente seu empréstimo do FMI e a saúde econômica do país foi extensivamente reconhecida. Em 2006, a Coreia do Sul atingiu a chamada “era da renda per capita de US\$ 20.000”, considerada um marco que indicava um nível de desenvolvimento econômico similar ao da OCDE. Em 2008, a Coreia do Sul passou a integrar o G-20<sup>11</sup> (ERDOGDU, 2002).

Ainda nos anos 2000, suas exportações aumentaram significativamente e uma considerável reserva externa passou a ser acumulada, o que era algo quase inimaginável para um país que se encontrava profundamente endividado apenas uma década antes. Os bens de consumo, equipamentos de telecomunicações e automóveis sul-coreanos também começaram a ganhar uma reputação de qualidade ao redor do mundo. A Coreia do Sul se tornava uma nação inovadora capaz de competir com os produtos ocidentais e japoneses em termos de qualidade, design e inovação (SETH, 2016)

---

<sup>11</sup> Organização internacional composta pelas maiores economias do mundo, conta com 19 países e a União Europeia (MALAR, 2021).

Historicamente, a Coreia do Sul é um país marginalizado. Muitos aspectos da herança cultural sul-coreana foram perdidos ou danificados durante o período de colonização japonesa<sup>12</sup> e a economia foi arruinada pela Guerra da Coreia<sup>13</sup>, transformando o país em um dos mais pobres e menos desenvolvidos do mundo. Entretanto, a Coreia do Sul foi capaz de se reerguer durante as décadas de 1960 e 1970, tendo seu admirável crescimento econômico chamado de “o Milagre do Rio Han”<sup>14</sup>. Mesmo com as dificuldades econômicas e políticas que surgiram nas décadas de 1980 e 1990, a Coreia do Sul ainda assim surpreendeu o mundo ao se tornar um país cuja cultura se expandiu e passou a varrer o mundo (KIM, 2016).

De certa forma, o advento da Onda Hallyu é o equivalente cultural do Milagre do Rio Han. Na antiguidade, importava-se a cultura chinesa, já o período de colonização causou uma grande exposição à cultura japonesa e, depois da Guerra da Coreia, o país passou também a ser exposto à cultura importada dos EUA — os filmes de Hollywood e a música pop foram dois elementos que cativaram muito a população. Com todas essas diferentes culturas circulando no país, até a década de 1980, a Coreia do Sul não tinha uma força cultural própria proeminente no âmbito doméstico e muito menos internacionalmente, isso era visível pelo fato de que a própria população sul-coreana preferia consumir a cultura estrangeira importada. Naquela época, que a cultura popular sul-coreana um dia fosse capaz de competir de igual para igual com a cultura popular japonesa ou norte-americana — as quais dominavam o mercado doméstico sul-coreano — era simplesmente impensável (KIM, 2016).

A sediação dos Jogos Olímpicos de Verão em 1988 foi um grande acontecimento para a Coreia do Sul, pois um país pequeno no nordeste da Ásia se tornar o centro da atenção do mundo era algo que não parecia nem remotamente possível três décadas antes. Os Jogos Olímpicos trouxeram muitas oportunidades, parcerias e ajudaram na imagem nacional, porém, no mesmo ano, o governo sul-coreano permitiu que filmes de Hollywood fossem distribuídos nos cinemas domésticos e, em 1994, mais 80% do mercado visual sul-coreano era dominado por filmes estrangeiros. Não só esse fato era preocupante, como também a enxurrada de

---

<sup>12</sup> Em 1910, a Coreia foi anexada pelo Império do Japão e só foi capaz de conquistar sua liberdade com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945 (LEE, 2022).

<sup>13</sup> A Guerra da Coreia foi o conflito entre a Coreia do Sul e a Coreia do Norte, ocorrido entre 1950 e 1953 (MILLETT, 2022).

<sup>14</sup> O Milagre do Rio Han foi possível graças a alguns fatores e medidas, entre eles: (1) a ajuda fornecida pela Administração Cooperativa Internacional, que forneceu suprimentos, matérias-primas e meios de transporte para as indústrias de manufatura e mineração para que a Coreia do Sul pudesse começar a exportar roupas e calçados; (2) o fundo de compensação pelo período colonial do Tratado de Relações Básicas entre o Japão e a República da Coreia; (3) foco na expansão das indústrias de energia elétrica e de carvão, assim promovendo a produtividade agrícola; e (4) a substituição de importações e a industrialização liderada pela exportação, cujo foco era a indústria química, siderúrgica e mecânica (SETH, 2016).

produtos dos EUA que entravam cada vez mais no país e prejudicavam o mercado cultural doméstico. Passou a surgir, então, uma grande preocupação de que o sul-coreano e a sua cultura desapareceriam em meio ao desenvolvimento e à modernização (JANG, 2012).

Ainda em 1994, foi publicado um relatório pelo Conselho Consultivo Presidencial em Ciência e Tecnologia onde se discutia a possibilidade de a economia sul-coreana se beneficiar da sua indústria cultural do mesmo jeito que os EUA faziam com Hollywood, onde um filme como Jurassic Park era capaz de gerar um lucro similar à venda de 1,5 milhões de carros Hyundai. Esse relatório levou à criação do Departamento da Indústria Cultural e, em 1995, foi promulgada a Lei de Promoção de Filmes, que estabelecia uma cota para a exibição de filmes sul-coreanos nos cinemas nacionais (JANG, 2012).

O governo sul-coreano apoiou a indústria nascente de forma ativa e entusiástica, inclusive exigindo investimento financeiro dos grandes *chaebols*, como Hyundai, Samsung e LG. Subsequentemente, tanto a produção quanto o consumo doméstico de produtos culturais sul-coreanos começaram a se estabelecer solidamente. Os grandes conglomerados logo passaram a desfrutar dos lucros e a população se orgulhava em se envolver com a sua cultura de formas novas e diferentes. Em seguida, a crise de 1997<sup>15</sup> estourou, onde muitas empresas faliram e a economia ficou profundamente afetada. Entretanto, o ímpeto nacional de crescimento econômico não enfraqueceu e, com o objetivo de criar capital, os *chaebols* voltaram a investir tudo o que podiam na indústria cultural. O resultado foi um aumento de lucro e de consumo no leste da Ásia, logo se expandindo também para o centro e o sul e, eventualmente, para outros continentes (JANG, 2012).

No entanto, a partir de meados de 1990, a cultura popular sul-coreana ascendeu não só domesticamente, mas também nos países vizinhos. O termo “Onda Hallyu” surgiu no final da década de 1990 na mídia chinesa para se referir à enorme popularidade da cultura pop sul-coreana na China, que começou especificamente com a exportação de dramas de televisão sul-coreanos. Mais tarde, a Onda Hallyu não só aumentou sua exportação de dramas de televisão, mas também passou a exportar música, moda, cosméticos e jogos. Além disso, a cultura pop sul-coreana passou a se espalhar também para outros lugares do globo, como Oriente Médio, África, Europa e Américas (KOCIS, 2011).

---

<sup>15</sup> A crise de 1997 foi abordada na página 19 desta seção.

O primeiro drama de televisão cuja popularidade se estendeu para o Japão e a China foi *Winter Sonata* (겨울연가),<sup>16</sup> e, com a disseminação da Internet e das mídias sociais, a Onda Hallyu passou a se alastrar pelo mundo nos anos 2000. Os dramas de televisão foram a primeira manifestação da Onda Hallyu, sendo seguidos pelo K-pop, onde grupos femininos como Girls' Generation (소녀시대)<sup>17</sup>, Kara (카라)<sup>18</sup> e Wonder Girls (원더걸스)<sup>19</sup>, desempenharam um papel muito importante no sucesso da nova fase da Onda Hallyu. A cantora BoA (보아), com apenas 13 anos na data da sua estreia como artista, foi a primeira artista sul-coreana a fazer sucesso no Japão, o que vinha se mostrando algo muito difícil de ser alcançado por outros artistas (JANG, 2012).

Na seção seguinte, será abordado como se deu a expansão da Onda Hallyu, seus atos de maior sucesso e como, atualmente, ela se constitui em um valioso instrumento de soft power para o governo sul-coreano.

## 2.2 A EXPANSÃO DA ONDA HALLYU E SUA UTILIZAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE SOFT POWER SUL-COREANO

Em junho de 2011, o Le Zénith de Paris, um dos maiores espaços da cidade na época e onde a maioria das estrelas da música pop francesa gravou shows, estava lotado de pessoas querendo presenciar a estreia oficial do K-pop em palco europeu. Essa estreia consistia em um show de dois dias, feito em conjunto pelos artistas de uma das maiores empresas de entretenimento sul-coreana, a SM Entertainment. Embora o show fosse em Paris, pessoas de países como Alemanha, Espanha, Itália, Suécia, Polônia, Letônia e Sérvia também estavam presentes no evento. A imprensa francesa pareceu surpresa com o sucesso do K-pop no continente europeu e, no dia seguinte, o jornal *Le Monde* publicou matérias especiais sobre o evento com títulos como “Onda pop coreana chega à Europa” (KOCIS, 2011).

---

<sup>16</sup> *Winter Sonata* é um drama de televisão de 2002, conta a história Jun-sang e Yu-jin, dois estudantes do ensino médio que se apaixonam. Entretanto, ambos precisam enfrentar muitos obstáculos antes de — cerca de 15 anos depois — finalmente conseguirem ficar juntos (HANAKI et al, 2007).

<sup>17</sup> O grupo (também conhecido como SNSD), atualmente, é composto por oito integrantes (Taeyeon, Tiffany, Hyoyeon, Yuri, Sooyoung, Yoona e Seohyun) e estreou em 2007, é gerenciado pela SM Entertainment (SM ENTERTAINMENT, [2022]).

<sup>18</sup> O grupo era composto por seis integrantes (Gyuri, Seungyeon, Sunghee, Hara, Nicole, Jiyoung e Youngji) e esteve ativo de 2007 até 2016, era gerenciado pela DSP Media (DSP MEDIA, [2022]).

<sup>19</sup> O grupo foi composto por sete integrantes (Yubin, Yeeun, Sunye, Sunmi, Hyuna, Sohee, Hyerim) e esteve ativo de 2007 até 2017, era gerenciado pela JYP Entertainment (JYP ENTERTAINMENT, [2022]).

Em 18 de maio de 2018, o grupo masculino BTS (방탄소년단)<sup>20</sup> lançou seu terceiro álbum, denominado “Love Yourself: Tear”. Na semana do dia 24 de maio, o álbum estreou em primeiro lugar na Billboard 200. Com o lançamento de “Love Yourself: Tear”, o grupo alcançou as melhores vendas de todos os tempos para um grupo de K-pop. O álbum também se tornou o primeiro álbum em língua estrangeira diferente do inglês a liderar a parada desde 2006. O grupo também foi nomeado duas vezes, em 2021 e 2022, para a categoria de Melhor Pop Duo/Grupo Performance no Grammy. Além disso, em 2021, o integrante V, ao criar uma conta no Instagram, bateu o recorde de usuário mais rápido a chegar a 1 milhão e, em seguida, 10 milhões de seguidores — sendo o primeiro 43 minutos, e o segundo 4 horas e 52 minutos (BOWENBANK, 2021; SUGGITT, 2021; GRAMMY, 2022).

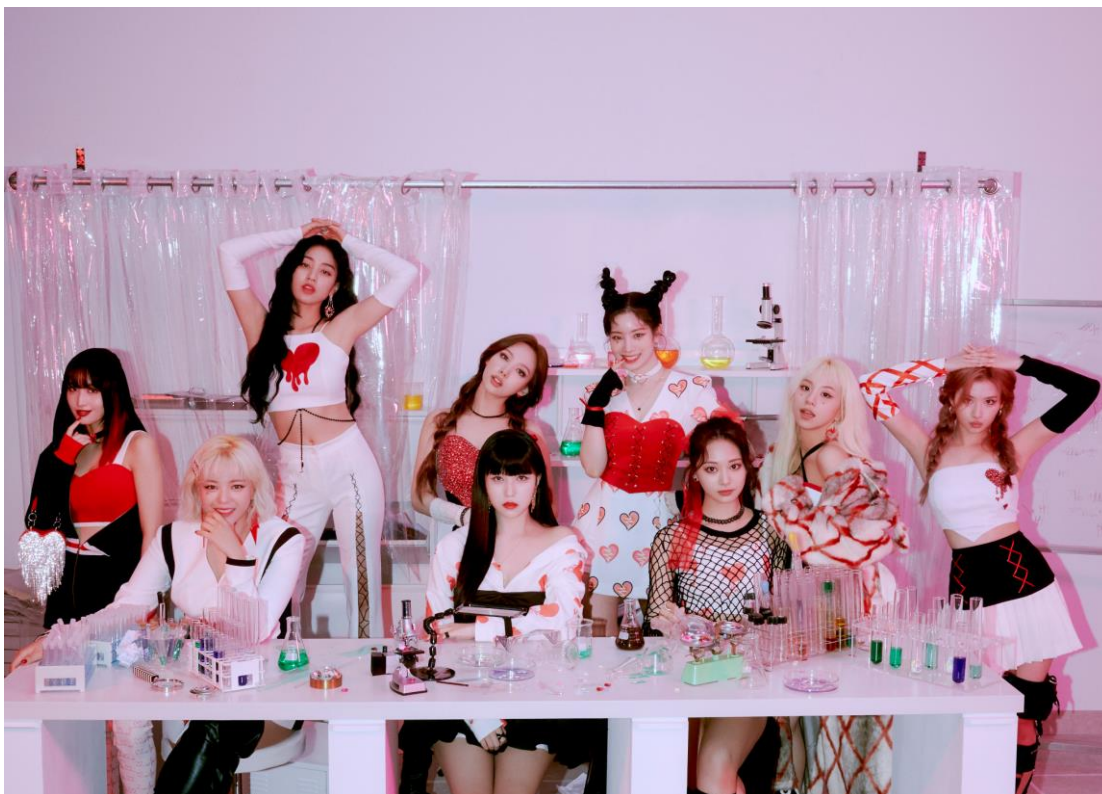
Não só os grupos masculinos fazem muito sucesso, mas os grupos femininos também. Em 2021, com o lançamento do single “The Feels”, o grupo feminino Twice (트와이스) — mencionado na introdução deste trabalho — estreou na Billboard Digital Song Sales e se tornou o segundo grupo feminino de K-pop a entrar no top 5 da lista. Este ano, a integrante Nayeon fez a sua estreia solo e chegou à sétima posição no Billboard 200, sendo a primeira solista do k-pop a alcançar uma posição no top 10. Mesmo cinco semanas após o lançamento, Nayeon ainda aparecia na parada Artist 100 da Billboard (CHA, 2021; CHA, 2022). Em 4 de setembro deste ano, o grupo lançou o mini álbum “Between 1&2” e entrou direto para o Billboard 200, marcando duas semanas na parada e contando (YANG, 2022).

**Figura 1** - Pôster promocional de Between 1&2

---

<sup>20</sup> O grupo é composto por sete integrantes (Jin, RM, J-Hope, Suga, V, Jimin e Jungkook), teve a sua estreia em 2013 e é gerenciado pelo conglomerado HYBE Labels (BIGHIT, [2022]).





Fonte: JYP Entertainment

Outro nome muito conhecido dentro do K-pop é o do grupo feminino Blackpink (블랙핑크)<sup>21</sup>. Blackpink vem batendo recordes desde a sua estreia, em 2016, e, em 2019, o grupo foi o primeiro grupo feminino de K-pop a se apresentar no Coachella Festival. Em outubro de 2020, Blackpink lançou seu primeiro álbum completo intitulado *The Album* e, no mesmo mês, a Netflix lançou um documentário sobre o grupo intitulado “Blackpink: Light Up The Sky”. Além disso, para a maior parte dos artistas — independente da nacionalidade — tem sido um desafio causar um impacto consistente na Billboard Hot 100, porém esse não é o caso de Blackpink. Com o lançamento da faixa “Pink Venom” em 3 de setembro deste ano, a faixa se torna a oitava do grupo a entrar na parada, o que é um feito e tanto para uma faixa solo (ADEJOBI, 2019; BENJAMIN, 2020; CHAN, 2022).

O K-pop tem sido um grande propulsor da Onda Hallyu, entretanto é impossível deixar de mencionar o aspecto cinematográfico do fenômeno. Em 2019, a empresa de entretenimento sul-coreana e mídia de massa do conglomerado CJ Group, CJ E&M, assinou um contrato com a Netflix, firmando uma parceria entre o serviço de *streaming* e uma de suas subsidiárias, o Studio Dragon. O objetivo da parceria é a produção exclusiva de dramas sul-coreanos, os quais

<sup>21</sup> Blackpink é um grupo feminino composto por quatro integrantes (Jisoo, Jennie, Rosé e Lisa) que teve sua estreia em 2016 e são gerenciadas pela empresa YG Entertainment (YG ENTERTAINMENT, [2022]).

a Netflix ficará responsável pela distribuição global. Além disso, conteúdos já produzidos pela Studio Dragon, para os quais a CJ E&M tem direito de distribuição, também passaram a ficar disponíveis na plataforma (CJ E&M, 2019).

Em 2022, para fazer frente à parceria entre a Netflix e a Studio Dragon, a Paramount assinou um contrato com a TVing, um serviço de *streaming* sul-coreano relativamente recente, para competir no mercado interno da Coreia do Sul. A partir dessa nova parceria, os assinantes da TVing vão poder desfrutar do conteúdo da Paramount Plus sem qualquer custo extra. A TVing também é uma subsidiária do conglomerado CJ Group, este que anunciou um plano de investir 16 bilhões de dólares para fomentar sua presença em termos de conteúdo, gastronomia sul-coreana e outros (BANG, 2022).

Ao se falar do aspecto cinematográfico da Onda Hallyu, não se pode deixar de mencionar o filme *Parasita*. Em 2020, o filme *Parasita*, do diretor Bong Joon-ho, fez história no Oscar. Das seis categorias para as quais foi nomeado, *Parasita* ganhou em quatro — Melhor Roteiro Original, Melhor Filme Internacional, Melhor Diretor e Melhor Filme —, inclusive sendo o primeiro filme em um idioma que não o inglês a ganhar o prêmio principal da noite, o de Melhor Filme. Segundo Youna Kim (2022), “*parasita* é uma sátira social perturbadora sobre a crescente disparidade entre os que têm e os que não têm, a escuridão infinita do capitalismo e a luta de classes” (p. 8, tradução nossa)<sup>22</sup>. Além disso, em seu discurso, Bong Joon-ho garantiu que, quando as pessoas superarem a barreira de uma polegada que são as legendas, elas encontrarão muitos outros filmes incríveis (GIORGIS, 2020; BROWN, 2020).

É relevante apontar que, segundo Jang e Paik (2012), a Onda Hallyu não é um advento completamente sul-coreano, é, na verdade, uma combinação da cultura tradicional sul-coreana com as culturas ocidentais, contando ainda com uma influência japonesa no que diz respeito ao sistema dos grupos de K-pop — o que será abordado de forma mais detalhada no quarto capítulo deste trabalho. Essa hibridização teria ocorrido à medida que atores culturais locais eram expostos às diferentes culturas circulando no mercado doméstico sul-coreano, então utilizando-as como recursos para auxiliar a construir seus próprios espaços culturais. A Coreia do Sul teria tomado aspectos de culturas estrangeiras, moldado a sua e criado uma nova cultura avançada própria (SHIM, 2006; KOCIS, 2011).

A Onda Hallyu, essa nova cultura avançada, representou — e ainda representa — uma grande oportunidade para o governo sul-coreano “tirar proveito da diplomacia cultural e pública emergente para promover as vantagens culturais coreanas no mundo globalizado” (JANG,

---

<sup>22</sup> Idioma original do trecho: inglês.

2012, p. 201, tradução nossa)<sup>23</sup>. Além disso, segundo Lee (2009), a Onda Hallyu pode fomentar o soft power sul-coreano ao prover chances de manipulação da imagem sul-coreana, não só espalhando o efeito da rede popular cultural, mas também criando figuras internacionais significativas e influentes.

O criador do conceito de soft power, Joseph Nye (2004), define-o como “fazer com que os outros queiram os resultados que você quer” (p. 5, tradução nossa)<sup>24</sup>. Entretanto, soft power não é apenas exercer influência sobre os outros, mas sim a habilidade de atrair, e de essa atração resultar em aquiescência. Dessa forma, pode-se conceber o soft power como um poder atrativo, e os recursos de soft power constituem os ativos que produzem essa atração, além disso “o soft power usa um tipo diferente de moeda (não força, não dinheiro) para gerar cooperação – uma atração por valores compartilhados e a justiça e o dever de contribuir para a realização desses valores” (NYE, 2004, p. 6, tradução nossa)<sup>25</sup>.

O soft power de uma nação depende de três pilares principais: (1) o quanto a sua cultura é atraente, (2) seus valores políticos, defendidos domesticamente e no exterior, e (3) suas políticas externas, quando consideradas moralmente corretas. E por causa dos vínculos de atração e dever que são fomentados quando os ideais supostamente universais fazem parte da cultura de uma nação e suas políticas apoiam valores e interesses compartilhados por outros, a probabilidade de a nação alcançar seus objetivos aumenta (NYE, 2004). Em termos de cultura e de seu papel como pilar do soft power, a pesquisadora sul-coreana Youna Kim (2022) observa também:

A cultura popular de um país, como recurso de soft power, pode aumentar sua atratividade geral e sua potencial influência no cenário global, ainda que de formas não quantificáveis, muitas vezes comerciais, capitalistas, imprevisíveis e até paradoxais, envolvendo atores estatais e não estatais e atores internacionais. redes em um mundo digitalizado. A difusão digital e a potência simbólica da cultura popular podem se estender aos interesses econômicos, à formação da imagem nacional e à diplomacia cultural nas relações internacionais (KIM, 2022, p. 4, tradução nossa)<sup>26</sup>.

Um aspecto da pluralidade descentralizadora de fluxos culturais globais dos dias de hoje é a globalização do conteúdo de mídia de nações outrora marginalizadas ou subalternas. Esses recursos estão surgindo como ferramentas subversivas de soft power que desafiam a

---

<sup>23</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>24</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>25</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>26</sup> Idioma original do trecho: inglês.

hegemonia<sup>27</sup> das ideologias, valores e estilos de vida dominantes. Deste modo, a Onda Hallyu é vista como um recurso fundamental para o desenvolvimento de uma imagem dinâmica da Coreia do Sul através do soft power, sendo a Onda Hallyu uma ilustração significativa da fusão de cultura, comércio e política (KIM, 2022).

Desde o início da década de 1990 e notavelmente desde a declaração que tornou ilegal a censura cinematográfica em 1996, o governo sul-coreano tem dado suporte às suas indústrias criativas, tendo estabelecido políticas como a promoção de investimentos corporativos, a integração vertical na indústria cinematográfica e a remoção gradual de obstáculos como cotas de tela para conteúdo estrangeiro. Essas mudanças tinham o objetivo de fornecer aos sul-coreanos uma base financeira segura e, ao mesmo tempo, inspirá-los a se desenvolver e competir além das fronteiras sul-coreanas. O potencial de exportação do setor de entretenimento sul-coreano foi um foco particular dessas medidas iniciais, porém esse apoio oficial foi ocasionalmente mal interpretado como o governo sul-coreano sendo responsável por criar a fama global que a cultura pop sul-coreana eventualmente atraiu. Na realidade, seria mais correto sugerir que o país produziu uma esfera na qual as indústrias de cinema, televisão e música pudessem florescer (YECIES, 2011; GIBSON, 2020).

Os efeitos políticos de se ter milhões de fãs em todo o mundo ansiosos para se envolver ativamente com a cultura sul-coreana não foram realmente um tópico de discussão até que a Onda Hallyu se espalhou para outros continentes. Quando isso aconteceu, ficou claro que o governo devia se esforçar para vincular celebridades, fãs e objetivos de política externa. Como exemplo, tem-se, em 2018, o arranjo do governo sul-coreano para que artistas conhecidos da Onda Hallyu, incluindo o grupo feminino Red Velvet<sup>28</sup> e a solista Baek Ji-young (1976-), se apresentassem em um show em Pyongyang para celebrar a primeira cúpula entre o presidente Moon Jae-in e o líder da Coreia do Norte, Kim Jong-un. O show atraiu a atenção de fãs ao redor do mundo, os clipes do evento chegando a atingir mais de 3 milhões de visualizações no YouTube<sup>29</sup> (GIBSON, 2020).

Para que as celebridades sul-coreanas continuem promovendo um maior envolvimento entre os fãs e a sua própria cultura, o governo nem precisa estar diretamente envolvido. Ocasionalmente essas celebridades aparecem com trajes e instrumentos tradicionais sul-

---

<sup>27</sup> O presente trabalho utiliza o conceito de hegemonia gramsciano, o qual será abordado em mais detalhes no terceiro capítulo.

<sup>28</sup> O grupo conta com cinco integrantes (Irene, Seulgi, Wendy, Joy e Yeri), estreou em 2014 e é gerenciado pela SM Entertainment (SM ENTERTAINMENT, [2022]).

<sup>29</sup> Alguns dos clipes do evento: <https://youtu.be/u1yfUXIj3Xg>, <https://youtu.be/YGXFS0cMZtU>, <https://youtu.be/cPi0N7x-KhQ>, <https://youtu.be/xGcNmFQ0Eb8>.

coreanos incorporados em suas apresentações ou vidas diárias, e isso é o suficiente para gerar um interesse em grande escala por parte dos fãs. Como na vez em que Jungkook, membro do grupo BTS, foi visto comprando um hanbok de um negócio pequeno e, logo em seguida, a loja passou a ser inundada com pedidos internacionais de fãs (GIBSON, 2020).

Durante a administração Lee Myung-bak (2008-2013), já se tinha como objetivo concreto desenvolver a “Marca Coreia” para melhorar a imagem do país e seu soft power através da cultura popular em diversos campos, desde o K-pop até a gastronomia. Em 2016, Paris foi novamente palco de um grande festival de K-pop, este que atraiu mais de 13 mil fãs e contou inclusive com a presença da ex-presidente, Park Geun-hye (1952-). Em 2017, era estimado que o número de fãs da Onda Hallyu ao redor do mundo chegava a 60 milhões e, tendo em vista fomentar essa popularidade, o Presidente Moon Jae-in (1953-) anunciou um plano de cinco anos, em que um dos objetivos era aumentar o número de fãs da Onda Hallyu ao redor do mundo para 100 milhões (NYE; KIM; 2022). Em setembro de 2020, esse marco foi alcançado e a Onda Hallyu passou a contar com mais de 100 milhões de fãs ao redor do mundo (YONHAP, 2021).

Desde o final da década de 1990, o governo sul-coreano, em parceria com o setor privado e o acadêmico, vem se esforçando para recriar sua imagem nacional e identidade cultural para efeitos de soft power, integrando a Onda Hallyu como um de seus principais recursos. E pode-se dizer que esse objetivo vem se concretizando. No passado, as imagens nacionais associadas à Coreia do Sul eram associadas à zona desmilitarizada e distúrbios políticos, hoje em dia cada vez mais as imagens associadas ao país são de artistas famosos e tecnologia de ponta (KIM, NYE, 2022; KOCIS, 2011). Em um evento recente nos Emirados Árabes Unidos, o presidente Moon Jae-in declarou que a influência cultural conquistada pela Coreia do Sul atualmente se iguala às conquistas econômicas do país (PRESSE, 2022).

### 3 A ONDA HALLYU COMO UMA FERRAMENTA EM PROL DA REDISTRIBUIÇÃO HEGEMÔNICA CULTURAL E PROPAGADORA DO PADRÃO PATRIARCALISTA

Neste capítulo, procurar-se-á, a partir das contribuições teóricas de Gramsci (1978), Said (1978) e Spivak (2010), localizar a Onda Hallyu como um ato de redistribuição hegemônica cultural da atualidade, tendo em vista seu sucesso e influência globais. Em segundo lugar, procurar-se-á expor de que forma a Onda Hallyu, criada sobre as bases de uma sociedade patriarcalista e tendo herdado seus valores, constitui-se como propagadora de discriminado de gênero, especialmente no âmbito do K-pop.

#### 3.1 A HEGEMONIA CULTURAL GRAMSCIANA, O ORIENTALISMO E A SUBALTERNIDADE FEMININA

Antonio Gramsci (1891-1937) — filósofo marxista, jornalista, historiador e político italiano — foi amplamente reconhecido por sua teoria de hegemonia cultural, porém a sua percepção de hegemonia não é igual àquela normalmente usada nas Relações Internacionais e baseada no realismo. Em vez de utilizar o conceito de Estado mais forte no sistema internacional

ou em uma região específica, como os realistas, Gramsci buscou ampliar essa ideia (SILVA, 2005). Sobre o conceito de hegemonia gramsciana:

“A noção de hegemonia como uma ordem política relativamente incontestada, e habitualmente aceita de maneira passiva, isto é, uma combinação da coerção e do consentimento, abre múltiplas possibilidades de reinterpretação da realidade internacional. A hegemonia, exercida por forças sociais que detêm o controle do Estado, tem por finalidade a produção do consentimento das demais.” (SILVA, 2005, p. 264)

Nesse contexto, a sociedade civil<sup>30</sup> possui um papel central, pois é através de suas instituições que os valores morais, políticos e culturais do grupo dominante são disseminados, compartilhados entre consciências individuais, até que sejam percebidas como algo do senso comum (ALVES, 2010; SILVA, 2005). A hegemonia se consolida em disputas que envolvem não apenas questões dos âmbitos de economia e organização política, mas também do âmbito ético-cultural, isto é, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que buscam ser legitimados e universalizados. Dessa forma, a hegemonia não pode ser limitada à definição de uma coerção pura e simples, pois carrega consigo a direção cultural e o consentimento social, bem como normas morais e regras de conduta (GRAMSCI, 2002b, p.65 *apud* MORAES, 2010).

Em termos de constituição da hegemonia, compreende-se que se trata de um longo processo histórico. Além disso, as formas de hegemonia não são as mesmas, mudando de acordo com a natureza das forças que a exercem. Para que um bloco hegemônico tenha uma direção ético-política eficiente, esta não pode depender apenas da força material advinda do poder das armas e do capital, deve ser conquistada também com estratégias de argumentação e persuasão, ações e interpretações coerentes sobre o quadro social (MORAES, 2010). “Pressupõe modificar mentalidades e valores, abrindo caminho a novas premissas éticas e pontos de vista, capazes de agregar apoios e consensos e, assim, afirmar-se perante o conjunto da sociedade” (MORAES, 2010, p. 56).

Além disso, sobre a conquista de consenso acerca de uma reforma moral e cultural que confira poder a um determinado bloco de classe, observa-se:

Toda revolução foi precedida por um intenso e continuado trabalho de crítica, de penetração cultural, de impregnação de ideias em agregados de homens que eram inicialmente refratários e que só pensavam em resolver por si mesmos, dia a dia, hora

---

<sup>30</sup> "O sentido do termo “sociedade civil” aqui empregado diz respeito à rede de instituições e práticas da sociedade que gozam de relativa autonomia do Estado, por meio das quais grupos e indivíduos se organizam, representam-se e expressam-se.” (MORAES, 2005, p. 265)

a hora, seus próprios problemas econômicos e políticos, sem vínculos de solidariedade com os que se encontravam na mesma situação (Gramsci, 2004a, p. 56-61 *apud* MORAES, 2010).

A partir do entendimento de bloco histórico, isto é, as relações entre a base material (infra-estrutura) e as práticas político-ideológicas responsáveis por amparar determinada ordem, é que surgem as chances de mudança. Apenas quando a hegemonia for contestada é que a mudança surgirá, pois a hegemonia deve ser desafiada por práticas contra-hegemônicas para que um bloco histórico alternativo possa surgir (SILVA, 2005).

Edward Wadie Said (1935-2003) — intelectual, crítico cultural e pianista americano-palestino — utiliza o conceito gramsciano de hegemonia cultural em seu livro *Orientalismo* para falar sobre como certas formas culturais sobrepujam outras e como determinadas ideias são também mais influentes que outras. Said (1978) aborda, especificamente, a dominação cultural do Oriente pelo Ocidente (ambos resultados da criação do segundo) e discorre sobre o *Orientalismo*, fenômeno que ele dá o significado geral de: “um estilo de pensamento baseado numa distinção ontológica e epistemológica feita entre o ‘Oriente’ e (na maior parte do tempo) o ‘Ocidente’” (SAID, 1978, p. 34).

Para ilustrar o padrão de força entre o Leste e o Oeste, e o discurso possibilitado por esse padrão, Said (1978) traz o caso do encontro do escritor francês Gustave Flaubert (1821-1880) com a cortesã egípcia Kuchuk Hanem<sup>31</sup>. Em uma viagem ao Egito, Flaubert conheceu Kuchuk Hanem, e nela se inspirou para descrever dançarinas em dois de seus livros, *Herodias* e *Temptation of Saint Anthony*. A partir do encontro com Kuchuk Hanem, Flaubert produziu um modelo bastante famoso e amplamente disseminado da mulher oriental: aquela que nunca fala de si mesma, não expressa suas emoções e não evidencia sua presença e história. Flaubert, sendo estrangeiro, branco, rico e homem, é que falou por Kuchuk Hanem e a representou, contando aos seus leitores de que forma ela era “tipicamente oriental”. Esse episódio não se constitui como um caso isolado, mas é um exemplo da relação de dominação entre o Ocidente e o Oriente (SAID, 1978).

Ainda, não é de se supor que a estrutura do *Orientalismo* é toda feita de mentiras e mitos que se desvaneceriam se a verdade viesse à tona. Na realidade, o aspecto mais importante do *Orientalismo* para o Ocidente é o fato de ser “[...] um sinal do poder europeu-atlântico sobre o Oriente do que como um discurso verídico sobre o Oriente [...]” (SAID, 1978, p. 33). Desse modo, o *Orientalismo* não se trata apenas de uma fantasia europeia sobre o Oriente, mas

---

<sup>31</sup>"Kuchuk Hanem" não é um nome próprio e na verdade significa "mocinha" em turco (THE GUARDIAN, 2001).



constitui uma estrutura de teoria e prática — muita ligada às instituições do poder político e socioeconômico — que vem recebendo investimento material. E foi justamente esse investimento que concebeu o Orientalismo como “um sistema de conhecimento sobre o Oriente, uma rede aceita para filtrar o Oriente na consciência ocidental” (SAID, 1978, p. 34), esse mesmo investimento também foi responsável por disseminar na cultura geral as afirmações oriundas do Orientalismo (SAID, 1978).

Uma relação valiosa a ser trazida à tona para o presente trabalho é entre as contribuições de Said (1978) sobre o Orientalismo e a obra “Pode o subalterno falar?” (2010)<sup>32</sup> de Gayatri Chakravorty Spivak (1942-), intelectual, crítica e teórica marxista e feminista indiana, uma das referências do chamado *grupo de estudos subalternos* indiano. Spivak (2010) faz alusão às contribuições de Said (1978) sobre o Orientalismo e também aos estudos de Gramsci (1978) sobre as classes subalternas, mantendo, porém, um olhar crítico em relação ao último, já que Gramsci enfatiza a autonomia do sujeito subalterno como uma premissa essencialista, e Spivak (2010) questiona então: “o subalterno como tal pode, de fato, falar?” (p. 13).

É necessário apontar que o episódio do encontro de Flaubert com Kuchuk Hanem ilustra não só o padrão de força entre o Ocidente e o Oriente, mas ilustra também o padrão de dominação do homem sobre os corpos femininos e do processo de emudecimento forçado dessas vozes femininas — o que será abordado logo abaixo —, nesse contexto, especificamente do homem ocidental sobre a mulher subalterna, dessa forma condicionando-a a uma posição de dupla opressão.

Spivak (2010), aborda dois casos específicos para demonstrar que o subalterno, e principalmente a mulher subalterna, não pode falar, e quando tenta fazê-lo, não encontra os meios para se fazer ouvir. O primeiro caso trata das viúvas *sati* que, de acordo com o costume indiano, deveriam jogar-se à pira junto com o marido quando este vinha a falecer, sendo impedidas de se auto-representar nesse contexto, primeiramente, por serem mulheres e, em segundo lugar, por serem viúvas. Para além disso, quando o império britânico abole esse costume em 1829, há de se questionar os pressupostos e efeitos dessa intervenção, tendo em vista que “a imagem do imperialismo como o estabelecedor da boa sociedade é marcada pela adoção da mulher como objeto de proteção de sua própria espécie” (SPIVAK, 2010, p. 128). Estabelecer as bases para a sobrevivência de uma “boa sociedade” nesse contexto implica

---

<sup>32</sup> Originalmente, o artigo foi publicado no periódico *Wedge* em 1985 em inglês, como “Can the Subaltern Speak?: Speculations on Widow Sacrifice”.

proteger a mulher, mas apenas quando conveniente, comumente a mulher — e, nesse contexto, a mulher subalterna — é entregue à própria sorte (SPIVAK, 2010).

A natureza da autoimolação das viúvas pode assumir diferentes espectros, dado o sujeito analisado: (1) para o homem indiano, o ritual é sancionado apenas a mulher e pauta-se na libertação da condição de mulher, como se isso fosse um castigo; (2) para o homem britânico, a autoimolação abre caminho para o estabelecimento de uma “boa sociedade”, segundo os padrões hegemônicos; e (3) para a mulher indiana, a autoimolação lhe é imposta, imbuída de um paradoxo de livre-arbítrio<sup>33</sup> que não se refletia na realidade (SPIVAK, 2010).

O segundo caso abordado por Spivak (2010), trata do suicídio de Bhuvanewari Bhaduri, uma jovem na faixa dos 16 anos, que se enforcou em casa no norte de Calcutá em 1926. “O suicídio se tornou um enigma, já que, como Bhuvanewari estava menstruada na época, claramente não se tratava de um caso de gravidez ilícita” (SPIVAK, 2010, p. 161). Cerca de uma década mais tarde, descobriu-se que Bhuvanewari era integrante de um grupo envolvido na luta armada pela independência da Índia. Ela recebeu a tarefa de realizar um assassino político e, ao não conseguir concluir a tarefa e sabendo que não mais seria confiável aos olhos do grupo, se matou. Bhuvanewari esperou estar menstruada para não ter sua morte vista como consequência de uma paixão ilegítima. Esse gesto de deslocamento, esperar pelo início da menstruação, retrata também uma inversão da proibição da viúva menstruada de se imolar, esta que deveria aguardar até o banho purificador ao final da menstruação, para reivindicar seu direito (SPIVAK, 2010).

Os dois casos acima servem para ilustrar de que forma a mulher subalterna é um sujeito que foi forçosamente emudecido ao longo do tempo e através de um processo, este que se deu em meio a construção do sujeito em questão, que é submetido a uma violência epistêmica ao ser silenciado em favor do discurso do sujeito imperialista. Nesse sentido, observa-se que o colonizador fala pelo marginalizado — mas nunca fornece meios para o marginalizado se fazer ouvir — e isso ocorre de forma ainda mais intensa com a mulher subalterna, tendo em vista a assimetria de gênero e de poder na qual a relação está inserida (SPIVAK, 2010). Spivak (2010) observa ainda:

---

<sup>33</sup> “Naturalmente, a autoimolação de viúvas não era um preceito ritual *invariável*. Se, no entanto, a viúva decide extrapolar o código do ritual, retroceder é uma transgressão para a qual um tipo especial de pena é prescrito. Com a política britânica local supervisionando a imolação, ser dissuadida depois de ter tomado a decisão era, por contraste, uma marca de livre escolha real, uma escolha pela liberdade. A ambiguidade da posição da elite colonial nativa é revelada na romantização nacionalista da pureza, força e amor dessas mulheres que se sacrificam” (SPIVAK, 2010, p. 136).

“Entre o patriarcado e o imperialismo, a constituição do sujeito e a formação do objeto, a figura da mulher desaparece, não em um vazio imaculado, mas em um violento arremesso que é a figuração deslocada da “mulher do Terceiro Mundo”, encurralada entre a tradição e a modernização” (p. 157).

A jornalista Marina Yukawa, em seu livro “Sorrisos Amarelos: histórias de jovens mulheres orientais no Brasil” (2019) conversa com cinco mulheres de descendência oriental para ouvir suas histórias, e todas elas relatam experiências de discriminação, fetichização e objetificação por serem orientais. Da mesma forma que Flaubert disseminou uma imagem da mulher oriental depois do seu encontro com Kuchuk Hanem, encontra-se ainda, inclusive aqui no Brasil, uma imagem amplamente disseminada de que a mulher oriental é exótica. Durante uma entrevista ao podcast Guilhotina, Marina comenta que os relatos também incluíam situações onde essas mulheres tiveram relacionamentos nos quais elas perceberam que aquela pessoa ia sempre atrás de mulheres com o fenótipo oriental, uma delas tendo sido traída pelo namorado com outra mulher oriental (GUILHOTINA, 2020). Marina comenta também que o fetiche da mulher oriental é a mistura de duas imagens disseminadas: a primeira sendo aquela imagem de pureza e castidade, e a segunda sendo uma imagem hiperssexualizada (GUILHOTINA, 2020), essas duas imagens vão voltar a ser mencionadas na seção seguinte.

As contribuições de Gramsci (1978), Said (1978) e Spivak (2010) e a relação entre seus escritos se mostram essenciais para a discussão feita na próxima seção e no próximo capítulo deste trabalho, tendo em vista o papel da Onda Hallyu na disputa pela hegemonia cultural contra o ocidente e a presença da discriminação e exploração de gênero patriarcal em sua composição.

### 3.2 REDISTRIBUIÇÃO HEGEMÔNICA CULTURAL E PADRÃO DE DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO PATRIARCAL SUL-COREANO

Para entender o papel da Onda Hallyu como uma ferramenta em prol da redistribuição hegemônica cultural, vou buscar, primeiramente, localizá-la dentro do contexto econômico sul-coreano atual como parte da economia criativa, dada a importância do seu crescimento para a prosperidade da economia da Coreia do Sul e seu papel como recurso de soft power — abordado no capítulo anterior. Além disso, a partir das contribuições teóricas abordadas na seção anterior e os dados apresentados abaixo, será exposto como a Onda Hallyu, atualmente, constitui um ato de redistribuição hegemônica cultural. Em seguida, será discutido como o rápido crescimento econômico da Coreia do Sul se deu com a exploração de trabalhadoras na base da

hierarquia patriarcal e como isso se desenvolveu e atualizou para os dias de hoje, com a discriminação de gênero e exploração femininas ainda presentes na Onda Hallyu e, abordado especificamente neste trabalho, no K-pop.

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2021), economia criativa não tem uma definição específica, trata-se, na verdade, de um conceito em constante evolução alicerçado em como a criatividade humana, propriedade intelectual, informação e tecnologia interagem entre si. Assim, as indústrias criativas são essencialmente os componentes econômicos baseados no conhecimento que compõem a economia criativa, sendo que as indústrias criativas “são a força vital da economia criativa” (UNCTAD, 2021, tradução nossa)<sup>34</sup>, e constituem também uma valiosa fonte de valor comercial e cultural. Ao se falar de indústrias criativas, fala-se de música, filme, vídeo, fotografia, arquitetura, artes cênicas, jogos de computador, pesquisa e desenvolvimento, publicação eletrônica, entre outros. Dessa forma, é a combinação de todas as partes da indústria criativa, junto do comércio, trabalho e produção, que constitui a economia criativa (UNCTAD, 2021).

A economia criativa constitui uma inestimável fonte de crescimento econômico pois, como a Diretora de Comércio Internacional e Commodities da UNCTAD, Pamela Coke-Hamilton, observou: “a economia criativa e suas indústrias são setores estratégicos que, se fomentados, podem aumentar a competitividade, a produtividade, o crescimento sustentável o emprego e o potencial de exportação” (UNCTAD, 2019, tradução nossa)<sup>35</sup>. Dessa forma, em termos de desenvolvimento econômico, a economia criativa se tornou uma das maiores potências de nosso tempo. De US\$ 208 bilhões em 2002 para US\$ 509 bilhões em 2015, o valor do mercado mundial de bens criativos mais que dobrou, e sua rápida expansão gerou quase 30 milhões de empregos ao redor do mundo. A economia criativa é também o setor que mais emprega pessoas entre 15 e 29 anos (UNESCO, 2021).

Assim que o governo sul-coreano reconheceu os benefícios de uma economia criativa, procurou promovê-la e incentivá-la. Em 2013, em um esforço para assegurar a taxa de crescimento da Coreia do Sul, a presidente Park Geun-hye (2013-2017) afirmou que o país estava indubitavelmente se movendo para se consolidar como parte da economia criativa global, objetivando prosperidade fundamentada em empreendedorismo e inovação (SANTOS, MARQUES, 2022). “Antes, a economia da Coreia do Sul dependia da imitação e da aplicação. No entanto, agora, em vez de perseguir o que outros desenvolveram, o governo está

---

<sup>34</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>35</sup> Idioma original do trecho: inglês.

incentivando as empresas a assumir a liderança na criatividade” (SANTOS, MARQUES, 2022, p. 5, tradução nossa)<sup>36</sup>.

Como já foi mencionado anteriormente neste trabalho, muito do sucesso econômico sul-coreano se atribui aos grandes *chaebols*, e isso não é diferente ao se tratar da ascensão surpreendente da economia criativa sul-coreana. Um grupo relativamente pequeno de conglomerados muito significativos e de renome mundial, como Samsung, LG e Hyundai, foi responsável pela prosperidade econômica da Coreia do Sul, que aumentou o PIB per capita do país de 10% dos EUA em 1962 para 50% em 2012. O crescimento da nação e sua transformação em uma força dominante nos setores automotivo, eletrônicos de consumo, materiais aplicados e outras indústrias de alta tecnologia se deve, em grande parte, aos grandes conglomerados (KOHEN, 2016; TRIPATHI, 2017).

Quanto ao desenvolvimento da economia criativa, esta foi amplamente reconhecida pela comunidade global quando a Coreia do Sul liderou o Índice de Inovação Europeu<sup>37</sup> por três anos consecutivos (2014-2016). De 2014 a 2017 e, mais recentemente, em 2021, a Coreia do Sul também ficou em primeiro lugar no Índice de Inovação Bloomberg<sup>38</sup>, mantendo uma alta posição no que diz respeito a classificação de patentes e outras métricas relacionadas à propriedade intelectual (UNCTAD, 2017; BLOOMBERG, 2021). Além disso, a indústria de entretenimento e a Onda Hallyu são o principal motivo pelo qual a economia criativa sul-coreana veio a ser reconhecida mundialmente (SANTOS, MARQUES, 2022).

Foi logo após a crise financeira asiática em 1997, que a indústria de entretenimento sul-coreana mudou e entrou no caminho para se tornar o que é hoje. Depois do auxílio do FMI e do pagamento da dívida, a economia sul-coreana ainda não estava plenamente recuperada e havia a necessidade de expandir diversos setores para que ela voltasse a crescer. Assim, foi durante a administração de Kim Dae-jung (1998-2003) que a indústria de entretenimento passou a receber investimentos do governo e dos grandes *chaebols*. É estimado que, em 2019, a Onda Hallyu tenha contribuído com US\$ 12,3 bilhões para a economia sul-coreana (ERDOGDU, 2002; ROLL, 2021). “A capitalização da indústria de entretenimento da Coreia do Sul e sua promoção

---

<sup>36</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>37</sup> “O painel de avaliação europeu da inovação fornece uma análise comparativa do desempenho da inovação nos países da UE, outros países europeus e vizinhos regionais. Ele avalia os pontos fortes e fracos relativos dos sistemas nacionais de inovação e ajuda os países a identificar as áreas que precisam ser abordadas” (EURADA, 2021).

<sup>38</sup> “O índice da Bloomberg analisa dezenas de critérios usando sete métricas igualmente ponderadas, como gastos com pesquisa e desenvolvimento, capacidade de fabricação e concentração de empresas de alta tecnologia de capital aberto” (EXAME, 2021).

internacional levaram a cultura pop do país a um importante status de poder em sua economia" (SANTOS, MARQUES, 2022, p. 6, tradução nossa)<sup>39</sup>.

O sucesso da Onda Hallyu foi tão grande que, como é comum em economias criativas quando fomentadas, influenciou também na prosperidade de outros setores — como turismo, gastronomia, cosméticos e eletrônicos. Para continuar dando suporte ao desenvolvimento da Onda Hallyu e impulsionar o crescimento econômico por meio, principalmente, da exportação cultural, o Ministério da Cultura, Esporte e Turismo criou a Divisão da Indústria da Cultura Popular<sup>40</sup>, que se concentra em promover a música pop sul-coreana, moda, entretenimento de massa, histórias em quadrinhos, desenhos animados, entre outros produtos importantes. O seu orçamento chega a US\$ 5,5 bilhões (ROLL, 2021).

O K-pop é um dos principais fatores responsáveis pelo sucesso global da indústria de entretenimento sul-coreana — o gênero será abordado mais detalhadamente no capítulo seguinte —, e seus fãs frequentemente passam a nutrir interesse em aprender mais sobre a cultura do país e também sobre o idioma. Quanto aos filmes e séries de televisão, sua qualidade vem sendo reconhecida internacionalmente por fãs e críticos de cinema (SANTOS, MARQUES, 2022), como foi o caso do filme *Parasita* e da série *Round 6*<sup>41</sup>. Um ponto interessante sobre a Coreia do Sul é que o país considera a sua cultura como uma fonte de conteúdo, assim suas políticas focam nas indústrias culturais domésticas capazes de gerar valor econômico através de da produção e consumo de conteúdo<sup>42</sup> (O'CONNOR, 2019).

Foi a partir do início da década de 2010, que as mudanças geradas pela Onda Hallyu começaram a aparecer. Em 2006, a exportação de conteúdo sul-coreano era de 1,3 milhões, enquanto que, em 2011, esse número chegou a 4,3 milhões. Além disso, ainda em 2011, a Onda Hallyu foi responsável por gerar produção e valor agregado de US\$ 6,8 bilhões e US\$ 2,5 bilhões, respectivamente, e 69 mil empregos. Apesar de ser apenas o começo, esses eram sinais promissores. Foi um pouco mais tarde, em 2016, que a Onda Hallyu começou a varrer os países ocidentais e, como resultado, a economia sul-coreana cresce a cada ano. A Onda Hallyu foi

---

<sup>39</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>40</sup> A Divisão da Indústria da Cultura Popular, junto de outras três divisões (o Instituto de Radiodifusão Coreano, a Agência de Cultura e Conteúdo da Coreia e a Agência de Jogos da Coreia) formam a Agência de Conteúdo Criativo da Coreia (KOCCA) (KOCCA, [2022]).

<sup>41</sup> *Round 6* (ou *Squid Game*) é uma série de televisão sul-coreana lançada pela Netflix em setembro de 2021 e é a série mais assistida da plataforma (ROLLING STONE, 2021; BLOOMBERG, 2022).

<sup>42</sup> “A Coreia do Sul usa a lista padrão de filmes, TV e rádio, impressão, música gravada, artes cênicas, videogames, artes visuais, moda, artesanato e assim por diante – ‘indústrias de conteúdo’” (O'CONNOR, 2019, p. 7, tradução nossa).

responsável por exportar US\$ 3,4 bilhões no primeiro semestre de 2018, o que representou um aumento de 27% em relação ao mesmo período de 2017<sup>43</sup> (UNCTAD, 2017).

Em 2019, esses números apenas cresceram e a exportação de conteúdo relacionado a Onda Hallyu chegou a US\$ 12,3 bilhões, o que inclui também a exportação de jogos de computador, música, programas turísticos e cosméticos (Yonhap News Agency, 2020 *apud* SANTOS, MARQUES, 2022). “A Onda Hallyu mudou a economia sul-coreana para melhor. Em vez de deixar estagnar, a Onda Hallyu ao lado das indústrias criativas foi o combustível que fez a economia sul-coreana crescer e se tornar o que é hoje” (SANTOS, MARQUES, 2022, p. 20, tradução nossa)<sup>44</sup>.

Levando em consideração as contribuições teóricas abordadas na seção anterior e os dados apresentados na presente seção, pode-se conceber que, no tempo presente, a Onda Hallyu constitui-se como um ato de redistribuição hegemônica cultural. Com os filmes, séries de TV, artistas, música e produtos que competem de igual para igual — em termos de popularidade e lucro que arrecadam — com os seus equivalentes ocidentais, e a sua influência como instrumento de soft power, argumenta-se aqui que a Onda Hallyu não pode ser considerada apenas um ato contra-hegemônico cultural, uma alternativa ao bloco histórico dominante, pois a Onda Hallyu já se constitui como um bloco dominante próprio, competindo com o bloco histórico ocidental e fazendo a balança de influência cultural não mais pesar majoritariamente para o outro lado.

Mesmo que a presença de um bloco histórico diferente daquele inicialmente dominante seja considerado algo bom, o conteúdo abordado a seguir, ainda nesta seção, vai buscar discutir a discriminação de gênero patriarcal sul-coreana herdada pela Onda Hallyu, presente desde o seu início até os dias de hoje. A partir deste momento e na próxima seção, este trabalho irá focar, especificamente, no K-pop e em como a discriminação e exploração de gênero patriarcal pode se revelar na indústria em relação às artistas femininas desse meio, abordando como a discriminação de gênero se deu com a exploração desumanizante de trabalhadoras durante o rápido crescimento econômico da Coreia do Sul e como ela se transformou e se atualizou para o que é nos dias de hoje dentro da indústria do K-pop.

Desde a década de 1960, o desenvolvimento da Coreia do Sul dependeu de sua indústria de mão-de-obra intensiva e orientada para a exportação, que foi apoiada por um influxo constante e abundante de funcionários baratos, jovens e complacentes (LIE, 1992). O Milagre

---

<sup>43</sup> Em 2017, as exportações relacionadas à Onda Hallyu foram de US\$ 2,7 bilhões (UNCTAD, 2017).

<sup>44</sup> Idioma original do trecho: inglês.

do Rio Han, um símbolo da rápida industrialização do país, foi possível graças a esforços conjuntos entre o mercado e o governo, bem como uma combinação de hierarquia de gênero patriarcal e desenvolvimentismo masculino. O nacionalismo patriarcal, empregado principalmente pela administração militar autoritária, desempenhou um papel significativo na mobilização das trabalhadoras (KIM, PARK, 2003).

Como já foi discutido anteriormente neste trabalho, a exportação teve um papel essencial no desenvolvimento econômico, porém é necessário trazer à tona que a maior parte da mão-de-obra desse setor eram mulheres, trabalhando na fabricação de roupas, sapatos e produtos eletrônicos com salários muito baixos (KIM, 2019). “Especificamente, 80 por cento das operárias de manufatura estavam empregadas no setor voltado para a exportação nos anos 70, o que representou 70 por cento da receita total de exportação em 1975” (CHO, 1985 *apud* KIM, 2019, p. 32, tradução nossa)<sup>45</sup>.

De acordo com o teórico sul-coreano Gooyoung Kim (2019), essas mulheres foram vítimas de uma exploração desumanizante, constituída por uma disciplina rígida e militarista, abusos físicos e sexuais, longas jornadas de trabalho, altos índices de acidentes de trabalho, baixos salários mínimos e chão de fábrica sem as condições de trabalho humanas mais básicas, como ventilação e iluminação adequadas. Uma parte substancial da milagrosa rápida industrialização da Coreia do Sul se deu com a exploração de jovens trabalhadoras, considerando também — além dos fatores citados acima — as diferenças de renda, “45,1% em 1972, 42,9% em 1980, 52,4% em 1989, 56,8% em 1994, 63,1% em 1999 e 64,2% em 2003” (KIM, PARK, 2006 *apud* KIM, 2019, p. 32, tradução nossa)<sup>46</sup>.

Como eventual resultado de todas as políticas focadas em desenvolver a economia nacional, Gooyoung Kim (2019) argumenta que “K-pop é um novo item industrial produzido pela indústria cultural coreana” (p. 33, tradução nossa)<sup>47</sup>. Kim (2019) argumenta ainda que através da mobilização e exploração sistemática de mulheres jovens e submissas na indústria cultural neoliberal, o atual crescimento de ídolos femininos do K-pop deve ser visto como uma manifestação moderna do desenvolvimentismo patriarcal. Além disso,

“Enquanto “capitalismo, consumismo e cultura popular suplantaram o confucionismo<sup>48</sup>” na sociedade coreana neoliberal (Lie 2015, 85), mantenho o

<sup>45</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>46</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>47</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>48</sup> “A ideia principal do confucionismo é a importância de ter um bom caráter moral, que pode então afetar o mundo ao redor dessa pessoa através da ideia de 'harmonia cósmica'. [...] A ideia de 'piedade filial', ou devoção à família, é a chave do pensamento de Confúcio. Essa devoção pode assumir a forma de culto aos ancestrais,



patriarcado confucionista ainda sendo influente. Embora tenha havido avanços contra uma demarcação patriarcal do espaço entre a esfera pública masculina e a doméstica feminina, a discriminação de gênero confucionista ainda opera como elemento residual. Especificamente, o controle sociocultural sobre os corpos femininos, que se baseia em cálculos estratégicos de interesses políticos econômicos masculinos, é um modo ativo e efetivo de sua funcionalidade” (KIM, 2003 *apud* KIM, 2019, p. 33, tradução nossa)<sup>49</sup>.

A discriminação e exploração de gênero patriarcal, que é um pilar significativo da sociedade coreana tradicional, ainda deve ser adotada para que a cultura dominante efetiva faça sentido nesses lugares, mesmo que a discriminação e exploração de gênero patriarcal tenha sido um pouco apagada nas narrativas oficiais da sociedade. Isso sugere que o preconceito de gênero tradicional não é necessariamente superado pelas *idols* do K-pop, mesmo que elas sejam um gênero cultural dominante dentro do próprio K-pop. Do mesmo jeito que o governo sul-coreano mobilizou jovens trabalhadoras para constituírem a base da hierarquia de acumulação de capital durante seu rápido período industrial (KIM, 2001), as *idols*, através de audições e treinamentos<sup>50</sup>, “são condicionados como um força de trabalho obediente, disciplinada e sexualizada, fabricada diretamente pelas elites corporativas masculinas da indústria do K-pop para atender aos interesses e necessidades do capital” (KIM, 2019, p. 34, tradução nossa)<sup>51</sup>.

Como uma reação ao desejo patriarcal de feminilidade imaginada, as ídolos do K-pop sofrem com a internalização de representações sexualizadas e fabricadas da feminilidade que se concentram principalmente na emoção e na sexualidade. Por exemplo, o lançamento “The Boys”<sup>52</sup> do grupo feminino Girls’ Generation foi pensado e fabricado por homens, desde o processo criativo até a produção no palco. Nesse sentido, o papel ao qual as *idols* são subjugadas pode ser melhor entendido ao se compreender que trata-se de uma indústria que herdou a discriminação de gênero patriarcal tradicional sul-coreana, bem como a reprodução e disseminação do sistema de valores socioeconômicos predominante no capitalismo (KIM, 2019).

Embora a Coreia tenha avançado rapidamente desde a década de 1960, a vida das mulheres na sociedade não avançou no mesmo ritmo. Crimes misóginos e de ódio

---

submissão à autoridade parental ou o uso de metáforas familiares, como 'filho do céu', para descrever o imperador e seu governo. A família era o grupo mais importante para a ética confucionista, e a devoção à família só poderia fortalecer a sociedade que a cercava” (NATIONAL GEOGRAPHIC, 2022).

<sup>49</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>50</sup> O sistema de audições e treinamentos do K-pop será abordado no próximo capítulo.

<sup>51</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>52</sup> “The Boys” é uma das músicas que marca a primeira mudança de conceito do grupo, sendo um lançamento que realça a autoconfiança feminina, com letras como “não há como me parar”, “eu vou fazer história” e “não podemos ser derrotadas” (Girls Generation, 2011).

frequentemente acontecem na Coreia do Sul, exemplificados pelo assassinato da estação de Gangnam<sup>53</sup>. Desde o final da década de 1990, vê-se oposição ao progresso na participação econômica feminina, obrigando-as a continuarem submetidas à tradicional hierarquia de gênero. Assim, embora a ascensão recente de ídolos femininas supere a divisão social convencional entre uma esfera pública masculina superior e uma esfera doméstica feminina inferior, seu sucesso ainda depende do sistema patriarcal na indústria e na opinião pública (KIM, 2019).

Dentro do confucionismo, “a sexualidade feminina é confinada apenas para fins de procriação, sem permitir qualquer espaço para o prazer; no entanto, os homens são capazes de explorá-lo na medida em que suas condições econômicas e políticas permitem” (DEUCHLER 1992 *apud* KIM, 2019, tradução nossa)<sup>54</sup>. A castidade e a pureza eram vistas como as qualidades femininas mais admiráveis, pois demonstravam a dedicação das mulheres aos maridos e às famílias. Embora essa rejeição rigorosa da sexualidade feminina tenha abrandado desde a década de 1990, o confucionismo ainda tem um impacto tão significativo na sociedade coreana que, para defender vítimas de agressão sexual, as feministas às vezes são obrigadas a recorrer ao código de castidade do confucionismo<sup>55</sup>. Dentro do K-pop, entretanto, a sexualização explícita de *idols* femininas é abertamente comercializada e explorada pelo capitalismo patriarcal (SHIM, 2001; KIM, 2019).

A hierarquia e as expectativas convencionais de gênero foram atualizadas e alteradas para atender às necessidades de mudança do país, não foram — e nem chegaram perto de ser — completamente abandonadas. As *idols*, desde o seu período de treinamento, são controladas pela indústria e forçadas a performar uma determinada imagem condicionada ao ideal patriarcal de feminilidade, o que pode ser tanto uma imagem de pureza e castidade quanto uma imagem extremamente sexualizada. Para alcançar essa imagem, tudo que as *idols* vestem, usam, suas expressões corporais e faciais, pertencem a um roteiro. Assim, o patriarcado ainda se encontra intacto dentro da indústria do K-pop (KIM, 2019).

---

<sup>53</sup> Em 2016, uma jovem de 23 anos foi assassinada num banheiro público localizado num prédio comercial perto da estação Gangnam. O assassino, quando questionado sobre o crime, disse que o cometeu porque ele havia sido desprezado por mulheres muitas vezes no passado. A vítima e o assassino não se conheciam, ela estava em uma reunião de amigos no restaurante do andar de baixo e subiu para usar o banheiro, ele estava se escondendo no banheiro feminino depois de ter roubado uma faca de outro restaurante no mesmo prédio, onde ele trabalhava (LEE, 2016).

<sup>54</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>55</sup> Este é um ponto interessante a ser observado. Isso pode e deve ser visto como mobilização estratégica de elementos tradicionais por essas mulheres. É preciso conseguir perceber ousadias e subversões e não apenas submissões e opressões.

Um exemplo dessa imagem que as *idols* são obrigadas a adotar pode ser visto durante um episódio do podcast Get Real da DIVE Studios, intitulado “Impossible Beauty Standards”, no qual uma das integrantes do grupo feminino Ladies Code<sup>56</sup>, Ashley, contou sobre sua experiência com padrões estéticos femininos exigidos pela indústria. Ela observou: “Eles se importavam com as pequenas coisas [...] por exemplo, eles diziam ‘oh seus joelhos não são tão bonitos’ [...] [ou] eles diziam ‘você tem que fazer cirurgia plástica para não deixar seus lábios levantarem demais, porque quando você sorri e suas gengivas aparecem, isso não é atraente. [...] Era interminável.’” (DIVE Studios, 2020, tradução nossa)<sup>57</sup>. Os outros apresentadores do podcast, BM do grupo KARD<sup>58</sup> e Peniel do BTOB<sup>59</sup>, ficaram chocados com o relato de Ashley. Eles contaram que já haviam sentido alguma pressão em relação à sua aparência, mas nunca naquela proporção (DIVE Studios, 2020).

E não só a aparência das *idols* é constantemente escrutinada, mas o que parece é que elas também encontram muito pouca — ou na maioria das vezes nenhuma — liberdade criativa quanto às músicas e conceitos do grupo. Grupos masculinos como BTS e Stray Kids<sup>60</sup> são conhecidos por escreverem e comporem suas músicas, e suas decisões quanto aos lançamentos são respeitados pelas empresas. Entretanto, grupos femininos com esse tipo de liberdade e autoridade são uma raridade na indústria (JONAS, 2021). “Muitas vezes acontece que a esmagadora maioria das opiniões e direção para o conteúdo de grupos femininos vem de fontes androcêntricas, incluindo produtores, mixers, diretores de vídeo, diretores visuais, etc” (JONAS, 2021, p. 11, tradução nossa)<sup>61</sup>. Uma das exceções a essa regra implícita é o grupo MAMAMOO, por exemplo, que tem três integrantes classificadas entre os maiores produtores *idols* na Coreia do Sul, entretanto, na lista dos 100 *idols* com mais créditos em produções musicais, onde apenas 12 são mulheres (Kpop Idols Who, 2020 *apud* JONAS, 2021).

Em seu livro “Is Being Called a Goddess a Compliment?”, Choi Ji-sun, escritora com mais de vinte anos de experiência em análise de música popular, discute a diferença que existe

---

<sup>56</sup> Ladies Code contava com cinco integrantes (Ashley, Sojung, Zuny, EunB e RiSe) e teve sua estreia em março de 2013 através da empresa Polaris Entertainment. Em setembro de 2013, EunB e RiSe faleceram devido a um acidente de carro quando voltavam de um evento (J. K, 2019).

<sup>57</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>58</sup> KARD é um grupo misto — dois integrantes homens e duas integrantes mulheres — e conta com quatro membros (J.Seph, BM, Somin e Jiwoo). O grupo teve sua estreia em 2016 e é gerenciado pela DSP Media (DSP Media, [2022]).

<sup>59</sup> BtoB é um grupo masculino, conta com seis integrantes (Eunkwang, Minhyuk, Changsub, Hyunsik, Peniel e Sungjae), teve sua estreia em 2012 e é gerenciado pela Cube Entertainment (CUBE ENTERTAINMENT, [2022]).

<sup>60</sup> Stray Kids é um grupo masculino composto por oito membros (Bang Chan, Lee Know, Changbin, Hyunjin, Han, Felix, Seungmin e I.N), teve sua estreia em 2018 e é gerenciado pela JYP Entertainment (JYP ENTERTAINMENT, [2022]).

<sup>61</sup> Idioma original do trecho: inglês.

entre a imagem criada para grupos femininos e a imagem criada para grupos masculinos. Ambos passam por experiências em comum, como anos de treinamento em canto e dança e avaliações mensais durante esse treinamento, porém há uma distinção óbvia em como eles são promovidos pelas empresas. É comum ver artistas femininas retratando uma imagem de inocência e pureza e usando uniformes escolares para apresentações, enquanto que os artistas masculinos retratam uma imagem confiante em qualquer que seja o tema (tratando-se de interesses românticos ou não), e seus uniformes geralmente são um meio de criticar o sistema ou a sociedade. As artistas femininas são objetificadas até quando recebem apelidos de “elfa” ou “deusa”, pois apenas ressalta a concepção de que essas artistas não são propriamente consideradas e vistas como pessoas. Mesmo o conceito *girl crush* — que recentemente ganhou popularidade — tem seus limites, pendendo para o lado da hiperssexualização das artistas (PARK, 2021).

A autora menciona o grupo feminino LOONA (이달의 소녀)<sup>62</sup> e seu videoclipe Butterfly<sup>63</sup> como uma tentativa significativa de subverter a típica objetificação das mulheres. Durante o videoclipe, todas as integrantes do grupo são vistas dançando em calças pretas compridas e blusas brancas também compridas, além das integrantes, o videoclipe também mostra mulheres de diferentes partes do mundo — como Hong Kong, França, Islândia, Coreia do Sul — e de diferentes etnias correndo pelas ruas, dançando livremente e subindo em mesas, expressando sua independência e identidade. Há também uma garota usando hijab, uma garota de muletas e outras garotas com tapa-olhos, mostrando a diversidade feminina em vários espaços (PARK, 2021).

**Figura 2** - Screenshot do videoclipe Butterfly

---

<sup>62</sup> LOONA (이달의 소녀) é um grupo feminino composto por doze integrantes (HeeJin, HyunJin, HaSeul, YeoJin, ViVi, Kim Lip, JinSoul, Choerry, Yves, Chuu, Go Won e Olivia Hye), teve sua estreia em 2018 e é gerenciado pela empresa BlockBerry Creative (BlockBerry Creative, [2022]).

<sup>63</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=XEOCbFjRw0>.



Fonte: YouTube

No próximo e último capítulo será abordado, em mais detalhes, como funciona a indústria do K-pop e o seu sistema de treinamento de *idols*. Ainda, será abordado também alguns casos dentro do K-pop que explicitam de que forma a discriminação e exploração de gênero patriarcal está presente nessa indústria.

#### 4 A DISCRIMINAÇÃO DE GÊNERO DENTRO DA ONDA HALLYU: O CASO DAS *IDOLS* DO K-POP

No quarto capítulo deste trabalho, analisar-se-á como se deu o início da indústria do K-pop, como foi formado o seu sistema de treinamento e como o gênero se expandiu até o seu tamanho atual. Buscar-se-á, ainda, investigar casos de discriminação de gênero contra artistas femininas do K-pop que possam explicitar de que forma o padrão de discriminação de gênero patriarcal sul-coreano moldou a indústria e continua como presença sólida dentro da mesma até hoje, condicionando e objetificando as artistas femininas a uma imagem previamente estabelecida daquilo que é “ideal”, uma imagem desejada e esperada pelo padrão patriarcal enraizado na indústria do K-pop e na opinião pública.

#### 4.1 A INDÚSTRIA DO K-POP

Nas últimas décadas, o K-pop se espalhou pelo mundo de tal forma que recordes continuam sendo batidos constantemente. Para compreender plenamente esse fenômeno global e como ele funciona nos dias de hoje, é importante saber como e com quem, de fato, esse fenômeno começou. Em 1992, a participação de Seo Taiji & Boys em um show de talentos foi a primeira aparição do gênero do K-pop, eles representaram uma revolução na indústria da música sul-coreana e ainda hoje são considerados lendas por artistas e fãs. Seguindo o processo de hibridização — previamente discutido no capítulo dois —, Seo Taiji & Boys tocaram uma variedade de gêneros, incluindo hip-hop e reggae, com letras coreanas e coreografias marcantes. O novo gênero encantou as gerações mais jovens enquanto chocava as mais velhas (OH, LEE, 2014; SANTOS, MARQUES, 2022).

“A experimentação com diferentes gêneros de música ocidental continuou com a chegada de outros jovens artistas promissores que se interessaram por blues, jazz, rock e folk moderno, incluindo Roo'Ra, H.O.T, Sechs Kies, god e S.E.S. Esses cantores alcançaram sucesso rápido, se não da noite para o dia, na Coreia, em contraste com seus antecessores, que foram proibidos de cantar músicas ocidentais “impróprias” em público devido à censura militar” (OH, LEE, 2014, p. 79, tradução nossa)<sup>64</sup>.

Logo após Seo Taiji & Boys, um sistema de treinamento de *idols* foi criado e permanece até os dias de hoje. Para se tornar um *idol* do K-pop, os jovens primeiro se tornam *trainees*<sup>65</sup> na empresa em que desejam estrear e, durante o período de treinamento, eles recebem aulas de dança, canto, rap, idiomas e quaisquer outras habilidades que a empresa considere necessárias, até que esta os julgue bons o suficiente para terem a sua estreia como artistas de fato. O criador desse sistema e uma das figuras mais importantes e influentes do K-pop é o fundador e atual presidente da SM Entertainment, Lee Soo-man (1952-). O primeiro grupo formado através desse sistema foi o grupo masculino H.O.T<sup>66</sup> (High-five Of Teenagers), que estreou em 1996, eles são considerados o primeiro grupo *idol* do K-pop e fazem parte do que, mais tarde, passou a ser conhecido como a primeira geração do K-pop<sup>67</sup>. O grupo foi o primeiro caso de sucesso do sistema de Lee Soo-man e se tornou um exemplo do que não só a SM Entertainment, mas

<sup>64</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>65</sup> O termo “trainee” se refere àqueles que estão treinando com o objetivo de se tornarem artistas do K-pop, mas nem todos os trainees conseguem estrear como ídolos.

<sup>66</sup> O grupo estreou em 1996 e se desfez em 2001, era composto por cinco membros (Moon Hee-joon, Jang Woo-Hyuk, Tony An, Ahn Chil-Hyun e Lee Jae Won).

<sup>67</sup> Artistas da primeira geração: H.O.T., S.E.S., Sechs Kies, Fin.K.L., g.o.d, Baby V.O.X., and Shinhwa.

também outras empresas como YG Entertainment e JYP Entertainment<sup>68</sup>, passaram a procurar em seus futuros *trainees* e *idols* (LEE, 2013; SANTOS, MARQUES, 2022).

Em 2000, a artista BoA foi o centro de outro caso de sucesso do K-pop e do sistema de Lee Soo-man. BoA, tendo sua estreia com apenas 13 anos, foi a primeira *idol* a conquistar um mercado estrangeiro, nesse caso o Japão, e contribuiu enormemente para a expansão global do K-pop. BoA estudou japonês durante seu período como *trainee* e foi enviada ao Japão para expandir seus horizontes e praticar o idioma enquanto a SM Entertainment (sua empresa) planejava sua estreia. Dessa forma, BoA se tornou o primeiro caso de sucesso internacional do K-pop e, assim como Seo Taiji & Boys e H.O.T, é considerada uma artista lendária pela indústria e pelos fãs. Diferentemente dos outros dois casos, no entanto, BoA continua ativa como *idol* até os dias de hoje e permanece atraindo atenção a cada novo lançamento. Desde 2018, BoA é uma das diretoras da SM Entertainment e ajuda a cuidar da saúde mental de artistas que estrearam muito novos (SANTOS, MARQUES, 2022; PARK, 2018).

A partir de então, o K-pop desenvolveu diversos elementos cruciais que se tornaram características-chave do gênero e também o seu diferencial, como papéis distintos dentro dos grupos<sup>69</sup>, conceitos ou imagens demarcadas, e inclusive gerações que mapeiam sua evolução. Atualmente, o K-pop está em seu quarto estágio em termos de avanços tecnológicos e novos artistas. “Quando o Seo Taiji & Boys se desfez, o grupo já havia pavimentado o caminho para os recém-chegados e suas ideias, levando assim à primeira geração do K-pop” (SANTOS, MARQUES, 2022, p. 10, tradução nossa)<sup>70</sup>. Além disso, foi nesse período — final dos anos 1990 e início dos anos 2000 — que as fanbases se desenvolveram e outras características comuns aos artistas do gênero surgiram, como símbolos e cores distintas para representar cada um. Mesmo que o sistema de treinamento de *idols* tenha se mostrado bem-sucedido e seja o padrão seguido até hoje, a maior parte dos grupos da primeira geração acabou se dissolvendo relativamente rápido, dando início à segunda geração do K-pop<sup>71</sup>, que foi marcada pela atenção crescente da mídia em uma nova era tecnológica (LEE, 2021).

---

<sup>68</sup> SM Entertainment, YG Entertainment e JYP Entertainment são conhecidas como “Big Three” por se tratarem das três maiores empresas do K-pop. Atualmente, HYBE Labels também é incluída nesse pódio.

<sup>69</sup> Os grupos de K-pop têm posições (papéis) definidas para cada integrante, como vocalista principal, rapper principal, dançarino principal, entre outros.

<sup>70</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>71</sup> Alguns dos artistas mais proeminentes da segunda geração: Rain, TVXQ, Girls’ Generation, Super Junior, 2NE1, Big Bang, 4Minute, SHINee, Miss A, 2PM, e Apink.

Diferentemente da transição da primeira para a segunda geração, a transição da segunda para a terceira geração<sup>72</sup> não aparenta ter um motivo claro, embora a divisão ainda tenha sido feita em função do aparecimento de conteúdo online como estratégia de marketing em diversas plataformas de redes sociais. Por outro lado, embora pouco clara, a criação de uma quarta geração<sup>73</sup> está fortemente ligada a novos modos de comunicação e objetivos fundamentais. Novos ídolos buscam reconhecimento internacional desde o início, em contraste com artistas mais estabelecidos ou mais antigos, e empregam canais específicos para manter um sistema de comunicação bidirecional com suas fanbases, permitindo um contato mais íntimo entre os dois lados<sup>74</sup> (LEE, 2021; SANTOS, MARQUES, 2022). “No geral, as quatro gerações demonstram a evolução do K-pop e as mudanças feitas na indústria para sustentar a crescente popularidade do gênero” (SANTOS, MARQUES, 2022, p. 11, tradução nossa)<sup>75</sup>.

A presente seção serviu para explicar como o K-pop começou e se desenvolveu ao longo dos anos. Na próxima seção, será abordado como essa indústria trata as *idols* e casos que exemplificam esse tratamento, tendo em vista o padrão sul-coreano de discriminação e exploração de gênero herdada pelo K-pop.

## 4.2 AS IDOLS DO K-POP

Levando em consideração o aporte teórico apresentado no capítulo anterior e a explicação sobre como funciona a indústria do K-pop na seção 4.1, nesta seção serão apresentados alguns casos previamente selecionados nos quais é possível colocar em questão a discriminação de gênero na indústria do K-pop e levantar pistas para pensá-la.

Em agosto deste ano, ocorreu em Los Angeles a KCON<sup>76</sup> 2022. Em uma festa privada de negócios, estavam presentes alguns dos grupos de K-pop que se apresentaram nos palcos do evento, assim como influenciadores e outras pessoas importantes da indústria. Um homem chamado Jerm Barrett, que possui uma conta no TikTok com centenas de milhares de

---

<sup>72</sup> Alguns dos artistas mais proeminentes da terceira geração: BTS, BLACKPINK, EXO, TWICE, Seventeen, Red Velvet, Mamamoo, WINNER, Monsta X, e OH MY GIRL.

<sup>73</sup> Alguns dos artistas mais proeminentes da quarta geração: Stray Kids, (G)I-DLE, Everglow, ATEEZ, ITZY, TXT, STAYC, TREASURE, aespa, e ENHYPEN.

<sup>74</sup> Um exemplo disso é o serviço de *streaming* V Live, onde os artistas do K-pop fazem *lives* e os fãs podem fazer comentários e interagir com os *idols*.

<sup>75</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>76</sup> “KCON é a maior celebração de fãs da cultura e música coreanas do mundo. Lançamos nosso principal evento em Los Angeles em 2012, expandimos para Nova York em 2015 e, desde então, criamos eventos em Tóquio, Bangkok, Abu Dhabi e recebemos mais de um milhão de fãs, abrangendo 24 eventos, em 4 continentes.” (KCON, [2022]).



seguidores, também estava presente e estava gravando vídeos sobre o “por trás das cenas” do evento e as interações com os grupos presentes. Em um determinado momento, ele anuncia no seu vídeo que vai convidar uma *idol* para sair, jantar especificamente. A *idol* não é ninguém menos que Sullyoon, uma das integrantes do grupo feminino recentemente lançado pela JYP Entertainment, NMIXX<sup>77</sup> (ANDERSON, 2022).

**Figura 3** – Sullyoon



Fonte: JYP Entertainment

Em um *tiktok* agora já deletado por Barrett, ele grava toda a interação. Ele caminha na direção de Sullyoon e a cumprimenta, em seguida perguntando se ela estaria em Los Angeles por bastante tempo e se ele poderia levá-la para jantar. No momento seguinte, Sullyoon é chamada para se despedir com seu grupo e não responde Barrett, ao que ele se afasta rindo para quem está gravando o vídeo. Nos comentários do vídeo, alguém aponta que NMIXX ainda tem a restrição de relacionamento em seu contrato — algo comum para os *idols*, especialmente durante os primeiros anos de suas carreiras — e Barret responde o comentário dizendo que sempre há um jeito (ANDERSON, 2022).

O vídeo e a resposta de Barrett ao comentário causaram desgosto em muitos fãs do grupo, especialmente as fãs mulheres, que apontaram o quão problemáticas foram as ações dele. Não só ele convidou a artista para sair enquanto ela estava trabalhando, mas Sullyoon recém

<sup>77</sup> O grupo é composto por sete integrantes (Lily, Haewon, Sullyoon, Jinni, Bae, Jiwoo e Kyujin), estreou em fevereiro de 2022 e é gerenciado pela JYP Entertainment (JYP ENTERTAINMENT, [2022]).

completou 18 anos internacionalmente, enquanto que o próprio Barrett tem 25 anos (ANDERSON, 2022). A jornalista Tássia Assis expressou sua frustração em uma série de *tweets* que viralizaram, em um deles, ela escreve: “então a KCON não permite que a imprensa assista ao palco dos *rookies*<sup>78</sup>, mas esses *tiktokers* ganham [acesso] a sala de artistas e para quê? Para assediar uma jovem de 18 anos em seu trabalho e postar para influência?” (ASSIS, 2022a, tradução nossa)<sup>79</sup>. A jornalista ainda vai além:

"O outro tiktok dele, que ainda está no ar, não é menos pior e quer saber? Pelo menos isso está me dando a clareza de que faço o que faço porque odeio ver pessoas tratadas como animais em um circo. A desumanização, além da misoginia e do racismo usuais, é estarrecedora” (ASSIS, 2022b, tradução nossa)<sup>80</sup>.

Levando em consideração as contribuições teóricas de Said (1978) e Spivak (2010), esse episódio ilustra o tradicional padrão de dominação do Oriente pelo Ocidente e também do homem ocidental sobre a mulher oriental, tendo em vista que Sullyoon, uma jovem sul-coreana, é abordada por um homem ocidental e recebe uma investida indevida em seu horário de trabalho. Não fica explícito no vídeo se Sullyoon entendeu o que Barrett disse e simplesmente escolheu não responder ou se ela não entendeu (ANDERSON, 2022), porém aqui entra outra questão: caso ela tenha entendido, teria ela tido o direito e os meios de negar a investida? Pois, como explicitado por Gooyong Kim (2019), as *idols* estão presas numa posição em que precisam suprir as expectativas e a imagem criadas pelo sistema patriarcal na indústria e na opinião pública.

Para além disso, há também de se questionar: por que Barrett se sentiu no direito de abordar Sullyoon? Por que, dentre tantas pessoas presentes no evento, ele a escolheu? Uma jovem sete anos mais nova em seu horário de trabalho? Seria pelo *status* dela de *idol*? Pela atenção que ele ganharia nas redes sociais pela tentativa? No caso do encontro de Flaubert com Kuchuk Hanem — abordado no capítulo anterior —, Flaubert falou por Kuchuk Hanem e a usou de inspiração em seus livros. Não seria esse episódio uma versão atualizada do padrão de dominação do homem ocidental sobre a mulher subalterna? Barrett usou a imagem de Sullyoon para ganhar atenção e risadas de seus seguidores, enquanto que Sullyoon foi silenciada, presa ao papel que lhe foi incumbido por uma indústria cujas raízes são a discriminação e exploração de gênero patriarcalista. Não houve nenhum pronunciamento de Sullyoon a respeito do

---

<sup>78</sup> Termo usado para se referir aos artistas de K-pop que recém estrearam.

<sup>79</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>80</sup> Idioma original do trecho: inglês.

ocorrido, entretanto, isso não é de se surpreender. É comum dentro do K-pop que artistas novos na indústria não possam se pronunciar a respeito de casos desse tipo. Além disso, mesmo com toda a comoção na Internet de fãs preocupados com a segurança de Sullyoon, a empresa — JYP Entertainment — não chegou a se pronunciar.

O segundo caso a ser abordado é o que envolve a integrante e líder do grupo Red Velvet, Irene. Em 2018, durante um evento com fãs, Irene, quando perguntada sobre qual tinha sido a sua leitura mais recente, respondeu que havia sido o livro “Kim Ji-young, Born in 1982”. O livro, escrito por Cho Nam-ju e lançado em 2016, retrata a vida de Kim Ji-young e todas as situações em que a personagem sofreu discriminação de gênero. Na infância, ao reclamar para a professora sobre um colega que a incomodava, ela ouve que meninos são assim mesmo, que incomodam as meninas que gostam. Quando adulta, ela está numa entrevista de emprego e é questionada sobre o que faria caso fosse assediada sexualmente, com medo de não conseguir a vaga, ela responde que apenas tentaria escapar da situação sutilmente indo ao banheiro. Além desses dois episódios mencionados, há ainda muitos outros que Kim Ji-young enfrenta ao longo da sua vida, até que ela desenvolve um transtorno mental e precisa de tratamento (LEE, 2018).

A sua menção ao livro, e o fato de que tinha o lido, causou uma onda de controvérsias entre os fãs masculinos da integrante na Internet, criticando-a por sua associação ao feminismo. Até mesmo vídeos onde esses fãs queimavam as fotos de Irene foram postados em fóruns online (LEE, 2018). “‘Ela deve saber que a maioria de seus fãs são homens’, disse um usuário masculino de mídia social online. ‘Ela praticamente se assumiu feminista e eu não sou mais fã dela’” (LEE, 2018, para. 4, tradução nossa)<sup>81</sup>. A associação com conteúdo feminista se tornou o suficiente para muitos deixarem de serem fãs da cantora (LEE, 2018). Nesse caso, diferentemente do anterior, a mulher fala. A subalterna sai do emudecimento e denuncia sua rebeldia, seu atrevimento, sem ter de fazer mais do que citar um livro.

#### Figura 4 - Irene

---

<sup>81</sup> Idioma original do trecho: inglês.



Fonte: SM Entertainment

Quando homens importantes como Roh Hoe-chan<sup>82</sup>, o presidente Moon Jae-in e o comediante Yoo Jae-suk recomendaram o mesmo livro, eles foram elogiados e aplaudidos. Roh Hoe-chan chegou a presentear publicamente durante um evento o presidente Moon Jae-in com o livro, incentivando-o a prestar atenção às mulheres na faixa dos 30 anos, pois suas experiências coletivas são similares às da protagonista da história (LEE, 2018). Irene, quando comentou que havia lido o livro, tinha 27 anos, mas ela é uma mulher e, além disso, uma *idol* bastante famosa do K-pop submetida ao papel atribuído a ela e que não inclui advogar — nesse caso, simplesmente falar que leu o livro — pelas mulheres. O comediante Yoo Jae-suk, figura masculina bastante popular na Coreia do Sul, expôs que leu o livro e o recomendou para diversas pessoas. Porém, não se viu nenhuma controvérsia entre seus fãs e ele não teve suas fotos queimadas, do mesmo jeito aconteceu com Roh Hoe-chan e o presidente Moon Jae-in (LEE, 2018).

Esse caso ilustra muito bem o que Spivak (2010) explicitou em “Pode o subalterno falar?” quando se referiu ao fato de que os homens vão tomar as mulheres como objeto para protegê-las, vão advogar por seus direitos, mas isso não significa que as próprias mulheres vão ter voz, que vão dar a elas os meios para se fazerem ouvir. Park Hee-a, jornalista e crítica sul-coreana, contou em uma entrevista que ela já viu pessoalmente como as *idols* estão cada vez

---

<sup>82</sup> Líder do partido de esquerda sul-coreano Partido da Justiça.

mais presas a esse status, cada vez mais cuidadosas em qualquer aparição pública, enquanto que os *idols* homens são confiantes, não parecem ter receio de falar o que lhes vier à cabeça (YOON, 2022).

“O feminismo diz às mulheres que elas podem e devem falar sobre seus direitos, mas esse não é o caso dos grupos femininos. Se o fizerem, isso é interpretado como um símbolo de distanciamento dos homens. Eles ficam cada vez mais presos na versão idolatrada das mulheres” (YOON, 2022, tradução nossa)<sup>83</sup>.

O terceiro, e último caso a ser abordado nesta seção é, talvez, o mais trágico. Em uma indústria que silencia as artistas mulheres, a cantora Sulli foi uma rebelde. Ex-integrante do grupo feminino f(x) e solista, Sulli era reconhecida pela sua coragem de falar sobre questões de saúde mental e direitos das mulheres. Como observado por um crítico musical: “ela ria quando queria rir e chorava quando queria chorar. Ela falava descaradamente. Ela não se encaixava no molde” (TAN, 2019, tradução nossa)<sup>84</sup>. Sulli lutou contra comentários e rumores maliciosos por muito tempo e era constantemente criticada por não usar sutiã em público, ela advogava pelo direito das mulheres de se vestirem como quisessem e as incentivava a não usar algo se não achassem confortável. Sulli era criticada e atacada até mesmo por postar fotos com seu namorado em suas redes sociais. Depois de anos dentro dessa indústria, sendo criticada e atacada, em outubro de 2019, Sulli cometeu suicídio e foi encontrada morta em seu apartamento (TAN, 2019).

Assim que a notícia saiu, a cantora (ex-integrante do grupo Kara) e melhor amiga de Sulli, Goo Hara, fez uma live durante a qual chorou muito e se despediu da amiga. Muitos ficaram preocupados com Hara, mas ela afirmou que ficaria bem e viveria diligentemente, por Sulli. Pouco mais de um mês depois, Hara também cometeu suicídio (KIM, 2020). Em 2018, Hara levou seu ex-namorado, Choi Jong-bum, ao tribunal, acusando-o de agressão, de filmá-la sem seu consentimento durante relações sexuais e ameaçar divulgar o vídeo. Desde então, Hara vinha enfrentando muita pressão tanto de fãs quanto do resto da sociedade. O tribunal acabou decidindo que Choi Jung-bum era culpado de agressão e de ameaça, mas não da filmagem sem consentimento (KIM, 2019).

Tanto Sulli quanto Hara foram vítimas de uma sociedade que não gosta que mulheres tenham sua própria voz e a usem, uma sociedade cujo padrão é silenciar mulheres e atribuí-las

---

<sup>83</sup> Idioma original do trecho: inglês.

<sup>84</sup> Idioma original do trecho: inglês.

a papéis que satisfaçam a elite patriarcal — nesse sentido, não muito diferente da nossa própria sociedade ocidental e é preciso que reconheçamos isso para não incorrer novamente na exotização da sociedade alheia. Sulli e Hara tiveram suas vidas pessoais expostas e sofreram o julgamento pesado de pessoas que nem as conheciam pessoalmente, algo comum para artistas do K-pop. Ainda assim, mesmo com todos os ataques, elas tentaram se fazer ouvir ao máximo, na esperança de dar voz a outras mulheres numa sociedade construída sobre uma base de discriminação e exploração de gênero patriarcalista. Infelizmente, no final, elas ainda assim foram silenciadas.

Entre as contribuições de Rita Laura Segato (1971-) — antropóloga feminista e escritora argentina —, há o conceito de “entroncamento de patriarcados”, o qual Segato (2012) aponta ao observar que mesmo antes da chegada do homem branco colonizador em aldeias indígenas e afro-americanas, já existia uma diferença de *status* nesses lugares baseada em gênero, isto é, a elite patriarcal já se fazia presente. Assim, Segato (2012) define o encontro entre patriarcados como algo fatal, “porque um idioma que era hierárquico [...] transforma-se em uma ordem ultra-hierárquica” (SEGATO, 2012, p. 118). Nesse sentido, é possível observar um encontro de patriarcados também no que diz respeito à indústria do K-pop, especialmente ao observar que as artistas femininas têm seus corpos e expressões controlados pela elite patriarcal nas empresas e também são atentamente observadas e julgadas pelo patriarcado que se encontra entre seu público, cumprindo seus “mandatos de masculinidade” (SEGATO, 2012, p. 120), tendo em vista que muitos de seus fãs são homens. Aqui, percebe-se a “ordem ultra-hierárquica” do próprio K-pop.

Um outro tipo de encontro de patriarcados pode também ser observado se considerarmos a interação entre o patriarcado na indústria do K-pop e o patriarcado ocidental, tomando como exemplo o caso de Sullyoon abordado logo acima. Além do patriarcado nas empresas e na audiência (fãs), percebe-se a presença também do patriarcado ocidental em interação com os outros dois, o que fica explícito ao analisar como Barrett, que não é da indústria e nem parece saber muito de K-pop no geral (ANDERSON, 2022) para ser um fã, se sente no direito de abordar Sullyoon. Isso explicita a disseminação da discriminação de gênero da indústria do K-pop em vários espaços distintos e inclusive fora da Coreia do Sul, conciliada com os preceitos capitalistas de acumulação e ostentação, e também de vida e doença, que faz com que as *idols* sejam vistas como um produto dessa indústria.

É importante observar como a Onda Hallyu é um fenômeno atual muito complexo. Por um lado, temos um ajuste de foco sobre outro espaço geopolítico, temos um novo bloco cultural dominante disputando espaço e influência com o bloco ocidental, algo impossível de se pensar

apenas vinte anos atrás. Por outro lado, é necessário reconhecer que esse ajuste é feito através de cumplicidades espúrias, que reforçam mandatos patriarcais e os atualizam sempre que necessário para que essa ordem seja mantida. Em meio a isso, a mulher sul-coreana vai tateando estratégias para se fazer ouvir e para incentivar outras a fazerem o mesmo, similar ao modo como Bhuvaneswari Bhaduri esperou a sua menstruação para cometer suicídio e ser ouvida, mesmo que isso fosse acontecer apenas após a sua morte.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou analisar se a Onda Hallyu constitui-se como um recurso de soft power para a Coreia do Sul e, para além disso, compreender e expor se a Onda Hallyu também se constitui como um instrumento propagador de discriminação de gênero, tendo em vista que foi criada e expandida com base no padrão de discriminação e exploração de gênero patriarcalista sul-coreano. A partir disso, foi abordado como a Onda Hallyu se iniciou e como se expandiu até os dias de hoje, tratando da sua importância econômica e política para a Coreia

do Sul. Em seguida, buscou-se analisar e debater de que forma o padrão tradicional de discriminação de gênero sul-coreano está enraizado nesse fenômeno e molda a indústria do K-pop até os dias de hoje.

Retornando às perguntas que orientaram este trabalho: É possível conceber o K-pop como ferramenta de soft power sul-coreana? Em caso positivo, podemos afirmá-lo também como propagador de discriminação de gênero? Em que termos e por meio de que mecanismos isso se dá? Primeiramente, descobriu-se que sim, o K-pop pode ser concebido como uma ferramenta de soft power sul-coreana. A partir da revisão bibliográfica e de diferentes conteúdos, ficou explícito que não só o K-pop, mas a Onda Hallyu no geral, se transformou em um recurso de soft power sul-coreano muito valioso para o país, tendo em vista seu impacto econômico e político, e também a influência que o fenômeno tem de conseguir fazer com que seus fãs e admiradores tenham interesse, desejo e simpatia pela cultura e pelo idioma sul-coreanos a partir do contato com a Onda Hallyu.

Em segundo lugar, tendo reconhecido a Onda Hallyu como instrumento de soft power e a partir da revisão bibliográfica e dos casos analisados no quarto capítulo, constatou-se que o fenômeno já tem traços que permitem identifica-lo como possível propagador de discriminação de gênero. Não queremos, aqui, adotar um tom universalizante nem homogeneizador, mas reconhecer traços que já aparecem e produzem efeitos letais sobre os corpos femininos. A indústria do K-pop teve seu início em uma sociedade que — assim como a nossa — tem como presença sólida um padrão de discriminação de gênero, na qual as mulheres são atribuídas um papel e uma imagem específica por serem mulheres. Esse padrão está profundamente enraizado na indústria e vem se atualizando com o passar dos anos, e o mecanismos pelos quais essa discriminação se dá podem ser observados ao compreender que as artistas do K-pop são obrigadas a se encaixar em um molde pré-definido daquilo que o patriarcado tem como imaginário ideal feminino, pois a sua carreira e o seu sucesso dependem disso, de suprir as expectativas da indústria e do público.

A partir das contribuições teóricas de Nye (2005), foi possível compreender que o *soft power* é um elemento valioso para qualquer nação que busque conseguir se projetar internacionalmente, não é apenas exercer influência, mas sim exercer uma atração capaz de gerar aquiescência. Ainda, levando também em consideração os dados apresentados a respeito do efeito econômico da Onda Hallyu, foi possível observar a relevância do fenômeno como recurso de *soft power* para o governo sul-coreano, tendo em vista que o próprio presidente Moon Jae-in declarou que os avanços culturais do país já se igualavam aos avanços econômicos. Além disso, a partir das contribuições de Gramsci (1978) sobre hegemonia cultural, pôde-se apreender



que a hegemonia se consolida em disputas que envolvem não apenas questões econômicas e de organização política, mas também questões ético-culturais, isto é, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que buscam ser legitimados e universalizados. A partir disso, observou-se que a Onda Hallyu constitui-se também como um ato de redistribuição hegemônica, tendo se transformado em um bloco histórico dominante próprio.

Além das contribuições teóricas citadas acima, foi utilizado também o aporte teórico de Said (1978) e Spivak (2010). A partir dos estudos de Said (1978) sobre Orientalismo, o qual ele dá o significado geral de: “um estilo de pensamento baseado numa distinção ontológica e epistemológica feita entre o ‘Oriente’ e (na maior parte do tempo) o ‘Ocidente’” (SAID, 1978, p. 34), compreendeu-se a existência do padrão de dominação de do Ocidente sobre o Oriente. E, ao levar em consideração também as contribuições de Spivak sobre a subalternidade feminina, observou-se, da mesma forma, um padrão de dominação sobre as mulheres subalternas, no âmbito deste trabalho, especificamente as jovens sul-coreanas inseridas na indústria do K-pop.

A partir da compreensão do que se pretendia investigar nos capítulos do presente trabalho, pôde-se também expor quais foram as respostas obtidas através de tais investigações. No segundo capítulo, ao buscar compreender as transformações políticas e econômicas ocorridas na Coreia do Sul a partir da década de 1990, notou-se que a recuperação econômica do país após a crise de 1997 teve como um de seus principais fatores o lucro gerado a partir dos investimentos na indústria cultural e da ilegalização da censura cinematográfica, o que gerou um cenário propício para que o fenômeno, que mais tarde seria conhecido como Onda Hallyu, surgisse e crescesse.

No terceiro capítulo, buscou-se aplicar as contribuições teóricas de Gramsci (1978), Said (1978) e Spivak (2010) para entender que outros papéis a Onda Hallyu possui. Primeiramente, descobriu-se que a Onda Hallyu não constitui-se como um ato contra-hegemônico, dado o seu tamanho e o seu peso no mercado internacional, bem como seu sucesso global, a Onda Hallyu, atualmente, constitui-se como um bloco cultural dominante próprio e disputa espaço e influência com o bloco ocidental. Em segundo lugar, verificou-se que a Onda Hallyu herdou e tem em sua formação o padrão patriarcal de discriminação de gênero sul-coreano, padrão este que, durante a rápida industrialização econômica do país explorou mulheres jovens nos setores de exportação e, nos dias de hoje, confina as artistas de K-pop a uma imagem idealizada por esse padrão patriarcal e faz aliança com patriarcados ocidentais, intensificando os danos de sua propagação.

No quarto e último capítulo, buscou-se, primeiramente, entender como se deu o início do K-pop e o seu sistema de treinamento de *idols*. Em segundo lugar, procurou-se expor e analisar alguns episódios específicos do K-pop nos quais foi possível identificar o padrão de discriminação de gênero enraizado nessa indústria, presente desde o início até os dias de hoje. Observou-se que mesmo que os anos tenham passado e a Coreia do Sul tenha evoluído econômica e politicamente, a vida das mulheres não avançou no mesmo ritmo. As mulheres inseridas no contexto do K-pop, especificamente, vem sendo constantemente silenciadas e submetidas a uma imagem previamente definida que vai ao encontro do ideal de feminilidade esperado pelo padrão patriarcal.

Por fim, compreendeu-se que, mesmo que os grupos femininos do K-pop sejam um gênero dominante em si mesmo, as *idols* são sistematicamente silenciadas e subjugadas - ainda que de diferentes formas - ao papel de feminilidade ideal pela indústria, esta que foi fundada sobre o padrão patriarcal que constituiu um dos principais valores da sociedade sul-coreana tradicional. Dessa forma, conforme a Onda Hallyu se expandiu, o K-pop também se expandiu, mantendo esse padrão enraizado em seu crescimento. Entretanto, não se trata de algo totalmente explícito, já que muitas das músicas dessas artistas falam de emancipação feminina e amor próprio, essa discriminação de gênero é sutil e constante, e está profundamente estabelecida em que essas *idols* são tratadas por suas empresas e pelo público, especialmente quando elas agem ou falam contra esse padrão tradicional de discriminação de gênero. Desse modo, a discriminação de gênero patriarcal sul-coreana foi atualizada desde a exploração de trabalhadoras nos setores de exportação, porém não foi erradicada, e permanece silenciando mulheres subalternas.

Seguindo o conselho de Mohanti e Spivak, não basta constatar que a mulher oriental está emparedada entre dois patriarcados. É preciso olhar com atenção e cuidado para as pistas que vêm deixando, para os modos como vêm tratando de enunciar seus desejos, seus projetos, em meio à violência que sofrem. Levar à sério seu silêncio e sua enunciação estratégica - aquela que se faz com o corpo - como modos de resistir, de não perecer totalmente. Talvez seja esse o próximo passo a ser empreendido em futuras pesquisas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADEJOBI, Alicia. Blackpink becomes the first K-pop girl group to perform at Coachella as they join Ariana Grande on the 2019 line-up. **Metro**. [S.L], p. 1-1. 2019. Disponível em: <https://metro.co.uk/2019/01/03/blackpink-become-first-k-pop-girl-group-perform-coachella-join-ariana-grande-2019-line-8304437/>. Acesso em: 15 ago. 2022.

ALVES, Ana Rodrigues Cavalcanti. O conceito de hegemonia: de Gramsci a Laclau e Mouffe. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, [s. l.], n. 80, p. 71–96, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/mQtGPDfjR85HxSSLtmgCzbM/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 26 ago. 2022.

ANDERSON, Daniel. K-pop fans outraged after TikToker posts video of himself asking out NMIXX member Sullyoon. **NEXTSHARK**. [S. L], p. 1-1. 2022. Disponível em: <https://nextshark.com/outrage-after-tiktoker-harasses-18-year-old-idol-sullyoon/>. Acesso em: 12 set. 2022.

ASSIS, Tássia. **so kcon doesn't allow press to even watch the kcon rookies stage but these tiktokers get an artist lounge and for what?? to harrass an 18yo at her work and upload it for clout??????**. Portugal, 31 Ago. de 2022a. Twitter: @\_tassia\_a. Disponível em: [https://twitter.com/\\_tassia\\_a/status/1565094036825903105?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1565094036825903105%7Ctwgr%5Eebb8e7c890e177760abd4bb664c28d49746ccdbb%7Ctwcon%5Es1\\_&ref\\_url=https%3A%2F%2Fnextshark.com%2Foutrage-after-tiktoker-harasses-18-year-old-idol-sullyoon%2F](https://twitter.com/_tassia_a/status/1565094036825903105?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1565094036825903105%7Ctwgr%5Eebb8e7c890e177760abd4bb664c28d49746ccdbb%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fnextshark.com%2Foutrage-after-tiktoker-harasses-18-year-old-idol-sullyoon%2F). Acesso em: 12 set. 2022.

ASSIS, Tássia. **his other tiktok, which is still up, is no less worse and you know what? at least this is giving me the clarity that i do what i do because i hate seeing people treated like animals in a circus. the dehumanization, besides the usual misogyny and racism, is appalling**. Portugal, 31 Ago. de 2022b. Twitter: @\_tassia\_a. Disponível em: [https://twitter.com/\\_tassia\\_a/status/1565104320667963397](https://twitter.com/_tassia_a/status/1565104320667963397). Acesso em: 12 set. 2022.

BANG, Junsik. TVing partners with Paramount Plus to challenge Netflix in Korea. **THE KOREA ECONOMIC DAILY**, Seoul. [S.L], p. 1-1. 2022. Disponível em: <https://www.kedglobal.com/entertainment/newsView/ked202206170007>. Acesso em: 2 set. 2022.

BEDESKI, Robert E. **The transformation of South Korea : reform and reconstitution in the sixth republic under Roh Tae Woo, 1987-1992**. Oxfordshire, England: Routledge, 1994.

BENJAMIN, Jeff. BLACKPINK's Netflix Documentary Marks Streaming Service Diving Into K-Pop Originals. **FORBES**. [S.L], p. 1-1. 2020. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/jeffbenjamin/2020/09/08/blackpink-netflix-documentary-light-up-the-sky-kpop/?sh=7820cc0e60b5>. Acesso em: 5 set. 2022.

BLOOMBERG. Coreia do Sul lidera inovação global e EUA cai para 11o lugar. **EXAME**. [S.L], p. 1-1. 2021. Disponível em: <https://exame.com/mundo/coreia-do-sul-lidera-inovacao-global-e-eua-caem-para-11o-lugar/>. Acesso em: 5 set. 2022.

BOWENBANK, Starr. Every Time BTS Has Set a Guinness World Record. **BILLBOARD**, [S.L], p. 1-1. 2021. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/every-bts-guinness-world-record-1235010255/>. Acesso em: 25 ago. 2022.

BROWN, Tracy. Bong Joon Ho brings Korean language back to the Golden Globes. **LA TIMES**. Los Angeles, p. 1-1. 2020. Disponível em: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2020-01-05/golden-globes-2020-bong-joon-ho-parasite-speech-korean>. Acesso em: 5 set. 2022.

CHA, E. TWICE Enters Billboard Hot 100 For 1st Time With “The Feels”. **SOOMPI**. [S.L], p. 1-1. 2021. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1493043wpp/twice-enters-billboard-hot-100-for-1st-time-with-the-feels>. Acesso em: 4 set. 2022.

CHA, E. TWICE's Nayeon Becomes 1st K-Pop Soloist In History To Spend 5 Weeks On Either Billboard 200 Or Artist 100. **SOOMPI**. [S.L], p. 1-1. 2022. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1538933wpp/twices-nayeon-becomes-1st-k-pop-soloist-in-history-to-spend-5-weeks-on-either-billboard-200-or-artist-100>. Acesso em: 3 set. 2022.

CHAN, Anna et al. Five Burning Questions: Blackpink Debut in Hot 100's Top 25 & Atop Global Charts With "Pink Venom". **BILLBOARD**. [S. L], p. 1-1. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/chart-beat/blackpink-pink-venom-five-burning-questions-1235133142/>. Acesso em: 3 set. 2022.

CJ ENM. CJ ENM-Studio Dragon announces strategic partnership with Netflix. **CJ ENM**. Seoul, p. 1-1. 2019. Disponível: <https://www.cjenm.com/en/news/cj-enmstudio-dragon-announces-strategic-partnership-with-netflix/>. Acesso em: 2 set. 2022.

GET REAL: Impossible Beauty Standards. [Locução de]: Ashley, BM, Peniel. [S. l.]: DIVE Studios, ago. de 2020. Podcast. Disponível em: [https://open.spotify.com/episode/4YQBb4LHBN1ILniQJZy0NG?si=XFef6HEDT82hgvAasT1GrQ&utm\\_source=copy-link](https://open.spotify.com/episode/4YQBb4LHBN1ILniQJZy0NG?si=XFef6HEDT82hgvAasT1GrQ&utm_source=copy-link). Acesso em 12 set. 2022

GIBSON, Jenna. How South Korean Pop Culture Can Be a Source of Soft Power - The Case for South Korean Soft Power. **Carnegie**: Endowment For International Peace. Washington, p. 1-6. 2020. Disponível em: <https://carnegieendowment.org/2020/12/15/how-south-korean-pop-culture-can-be-source-of-soft-power-pub-83411>. Acesso em: 17 ago. 2022.

GIORGIS, Hannah. "Parasite" Won So Much More Than the Best Picture Oscar. **THE ATLANTIC**. [S.L], p. 1-1. 2020. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2020/02/parasite-oscars/606310/>. Acesso em: 3 set. 2022.

GRAMMY, 2022. **BTS**. Disponível em: <https://www.grammy.com/artists/bts/287749>. Acesso em: 3 set. 2022.

GUILHOTINA: Marina Yukawa. [Locução de]: Bianca Pyl e Luís Basilino. [S. l.]: Le Monde Diplomatique Brasil, jan. de 2020. Podcast. Disponível em: [https://open.spotify.com/episode/3CxeRFNpxCvxVHqvef5QFW?si=DyJpD6j1T\\_6jL5mUnDdY1Q&utm\\_source=copy-link](https://open.spotify.com/episode/3CxeRFNpxCvxVHqvef5QFW?si=DyJpD6j1T_6jL5mUnDdY1Q&utm_source=copy-link). Acesso em 12 set. 2022

JANG, Gunjoo; PAIK, Won K. Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy. **Advances in Applied Sociology**, [s. l.], v. 02, n. 03, p. 196–202, 2012. Disponível em: [https://file.scirp.org/pdf/AASoci20120300004\\_59668127.pdf](https://file.scirp.org/pdf/AASoci20120300004_59668127.pdf). Acesso em: 25 ago. de 2022.

KIM, Andrew Eungi; PARK, Gilsung. Nationalism, Confucianism, work ethic and industrialization in South Korea. **Journal of Contemporary Asia**, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 37–49, 2003.

KIM, Kristen Yoonsoo; SHERMAN, Maria. The K-Pop Cover-Up. **Cosmopolitan**. [S.L], p. 1-1. 2020. Disponível em: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a31088096/k-pop-dark-side-exploitation/>. Acesso em: 10 set. 2022.

KIM, Hyun Mee. Work, nation and hypermasculinity: the “woman” question in the economic miracle and crisis in South Korea. **Inter-Asia Cultural Studies**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 53–68, 2001.

KIM, Jungsoo. Success Without Design: Hallyu (Korean Wave) and Its Implications for Cultural Policy. **Journal of Policy Studies**, [s. l.], v. 31, n. 3, p. 101–118, 2016. Disponível em: <http://kjps.snu.ac.kr/Archive/Detail/108>. Acesso em: 15 ago. 2022.

KIM, Min Joo; DENYER, Simon. K-pop singer Goo Hara found dead, highlighting pressures on female stars. **Washington Post**, [S.L], 2019. Disponível em: [https://www.washingtonpost.com/world/asia-pacific/k-pop-singer-goo-hara-found-dead-highlighting-pressure-on-female-stars/2019/11/24/bd3e1f5e-0ed2-11ea-924c-b34d09bbc948\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/asia-pacific/k-pop-singer-goo-hara-found-dead-highlighting-pressure-on-female-stars/2019/11/24/bd3e1f5e-0ed2-11ea-924c-b34d09bbc948_story.html). Acesso em: 10 set. 2022.

KIM, Sunhyuk. The Politics of Reform in South Korea: The First Year of the Kim Dae Jung Government, 1998–1999. **Asian Perspective**, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 163–185, 2000.

KIM, Youna (org.). **The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama**. 1. ed. Londres: Routledge, 2021.

KOHEN, Amir. How Korea is transforming into a creative economy. **Culture & Creativity**. [S.L], 2016. Disponível em: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/how-korea-is-transforming-into-a-creative-economy>. Acesso em: 4 set. 2022.

LEE, Claire. [Feature] Feminist novel becomes center of controversy in South Korea. **THE KOREA HERALD**. Seoul, p. 1-1. 2018. Disponível em: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180327000799>. Acesso em: 9 set. 2022.

LEE, Gyu Tag. De-Nationalization and Re-Nationalization of Culture: The Globalization of K-Pop. 2013. Dissertação de Doutorado. Universidade George Mason, 2013. Disponível em: <http://mars.gmu.edu/handle/1920/8228>. Acesso em: 9 set. 2022.

LEE, Jong-Wha; RHEE, Changyong. Crisis and Recovery: What We Have Learned from the South Korean Experience? **Asia Economic Policy Review**, Rochester, NY, v. 2, n. 1, p. 146–164, 2007. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1009694](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1009694). Acesso em: 15 ago. 2022.

LIE, John. THE POLITICAL ECONOMY OF SOUTH KOREAN DEVELOPMENT. **International Sociology**, [s. l.], v. 7, n. 3, p. 285–300, 1992.

LOONA. [MV] **이달의 소녀 (LOONA) "So What"**. 5 de fev. de 2020. (4min33s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GEO5bmUKFvI>. Acesso em: 19 set. 2022.

MINISTRY OF CULTURE SPORTS AND TOURISM. The Korean Wave. Seoul: Korean Culture And Information Service, 2011.

MOHANTY, Chandra Talpade. Under Western Eyes: Feminist Scholarship and Colonial Discourses. **Feminist Review**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 61–88, 1988.

MORAES, Dênis. COMUNICAÇÃO, HEGEMONIA E CONTRA-HEGEMONIA: A CONTRIBUIÇÃO TEÓRICA DE GRAMSCI. **Revista Debates**, [s. l.], v. 4, n. 1, p. 54, 2010. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/debates/article/view/12420>. Acesso em: 26 ago. 2022.

O'CONNOR, Justin. Resources of Hope? Creative Economy and Development in the Global South. **SSOAR**, Stuttgart, v. 02/2019, 2019. Disponível em: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-67936-4>. Acesso em: 5 set. 2022.

OH, Ingyu; LEE, Hyo-Jung. K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a Post-Developmental Society. **Cross-Currents: East Asian History and Culture Review**, [s. l.], v. 3, n. 3, p. 72–93, 2014. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/article/548545>. Acesso em: 9 set. 2022.

PARK, Han-sol. Why K-pop girl groups resort to “feminine” appeal — can they escape it? **KOREA TIMES**. Seoul, p. 1-1. 2021. Disponível em: [https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2022/06/142\\_304084.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2022/06/142_304084.html). Acesso em: 10 set. 2022.

PARK, S. BoA Talks About How She Helps SM Artists Take Care Of Their Mental Health. **SOOMPI**. [S.L], p. 1-1. 2018. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1145345wpp/boa-talks-helps-sm-artists-take-care-mental-health>. Acesso em: 13 set. 2022.

PRESSE, France. Presidente da Coreia do Sul comemora influência do K-pop em viagem ao Oriente Médio. **GI**. [S.L] p. 1-1. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/01/16/presidente-da-coreia-do-sul-comemora-influencia-do-k-pop-em-viagem-ao-orientes-medio.ghtml>. Acesso em: 3 set. 2022.

ROLL, Martin. Korean Wave (Hallyu) - Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture. **Martin Roll**. [S.L], 2018. Disponível em: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>. Acesso em: 5 set. 2022.

SAID, Edward W. **Orientalismo, O Oriente Como Invenção Do Ocidente**. 1a. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SANTOS, Inês; MARQUES, Luana. South Korea's Creative Economy: A Case Study on the Hallyu Wave (Korean Wave). **E-Revista de Estudos Interculturais**, [s. l.], n. 10, 2022. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/e-rei/article/view/4771>. Acesso em: 5 set. 2022.

SEGATO, Rita Laura. Gênero e colonialidade: em busca de chaves de leitura e de um vocabulário estratégico descolonial. **e-cadernos CES**, [s. l.], n. 18, 2012. Disponível em: <https://journals.openedition.org/eces/1533>. Acesso em: 6 set. 2022.

SETH, Michel J. **A Concise History of Korea, from Antiquity to the Present**. 3 ed. London: Rowman & Littlefield, 2016.

SHIM, Doobo. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. **Media, Culture & Society**, [s. l.], v. 28, n. 1, p. 25–44, 2006.

SHIM, Young-Hee. Feminism and the Discourse of Sexuality in Korea: Continuities and Changes. **Human Studies**, [s. l.], v. 24, n. 1/2, p. 133–148, 2001.

SILVA, Marco Antonio de Meneses. Teoria crítica em relações internacionais. **Contexto Internacional**, [s. l.], v. 27, n. 2, p. 249–282, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cint/a/VgBPrX9sFvqPf9DvRpvFpzx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 26 ago. 2022.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora Ufmg, 2010.

SUGGITT, Connie. BTS' V breaks two world records with Instagram followers. **Guinness World Records**. [S.L], 2021. Disponível em: <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2021/12/bts-v-breaks-two-world-records-with-instagram-followers>. Acesso em: 3 set. 2022.

TRIPATHI, Shekhar. Connecting Asia's startup ecosystem. **Tech in Asia**. [S.L.], p. 1-1. 2017. Disponível em: <https://www.techinasia.com/talk/reason-consider-south-korea-creative-economy>. Acesso em: 5 set. 2022.

TAN, Yvette; KIM, Wonsang. Sulli: The woman who rebelled against the K-pop world. **BBC News**, [S.L], 17 out. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-asia-50051575>. Acesso em: 10 set. 2022.

UNCTAD. **Creative Economy Programme | UNCTAD**. [S. l.], 2004. Disponível em: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>. Acesso em: 4 set. 2022.

UNCTAD. **How the creative economy can help power development | UNCTAD**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://unctad.org/news/how-creative-economy-can-help-power-development>. Acesso em: 4 set. 2022.

UNCTAD. **Strengthening the Creative Industries for Development in the Republic of Korea**. [S. l.: s. n.], 2017. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2017d4\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2017d4_en.pdf). Acesso em: 4 set. 2022.

UNESCO. **Cutting Edge | The creative economy: moving in from the sidelines**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-creative-economy-moving-sidelines>. Acesso em: 4 set. 2022.

YANG, Haley. Twice's "Between 1&2" stays in Billboard 200 albums chart for second week. **Korea JoongAng Daily**. Coreia do Sul, 2022. Disponível em: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/09/13/entertainment/kpop/twice-Between-12-talk-that-talk/20220913151942982.html>. Acesso em: 14 set. 2022.

YECIES, Brian; SHIM, Ae-Gyung. Contemporary Korean Cinema: Challenges and the Transformation of "Planet Hallyuwood". **Acta Koreana**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 1–15, 2011. Disponível em:



[https://www.researchgate.net/publication/266347427\\_Contemporary\\_Korean\\_Cinema\\_Challenges\\_and\\_the\\_Transformation\\_of\\_'Planet\\_Hallyuwood'](https://www.researchgate.net/publication/266347427_Contemporary_Korean_Cinema_Challenges_and_the_Transformation_of_'Planet_Hallyuwood'). Acesso em: 15 ago. 2022.

YONHAP. Number of global “hallyu” fans crosses 100 million landmark. **THE KOREA HERALD**. Seoul, 2021. Disponível em: [https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210115000364&ACE\\_SEARCH=1](https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210115000364&ACE_SEARCH=1). Acesso em: 6 set. 2022.

YOON, So-yeon. [CRITICALLY SPEAKING: K-POP] Girl groups live in fear of anti-feminist backlash. **Korea JoongAng Daily**. Coreia do Sul, 2022. Disponível em: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/08/01/business/industry/Korea-Kpop-critic/20220801163240111.html>. Acesso em: 10 set. 2022.

YOON, Sanghyun. South Korea’s Kim Young Sam Government: Political Agendas. **Asian Survey**, [s. l.], v. 36, n. 5, p. 511–522, 1996.

YUKAWA, Marina. **Sorrisos Amarelos: histórias de jovens mulheres orientais no Brasil**. Maringá, PR: Editora Viseu Ltda., 2019.