

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

HENRIQUE SELMO RUEL

**O CINEMA COREANO COMO UMA
FERRAMENTA DE PODER INTERNACIONAL**

Porto Alegre

2022

HENRIQUE SELMO RAEI

**O CINEMA COREANO COMO UMA
FERRAMENTA DE PODER INTERNACIONAL**

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.

Orientador: Prof. Dr. Luís Gustavo Mello Grohmann

Porto Alegre

2022

CIP - Catalogação na Publicação

Rael, Henrique Selmo
O cinema coreano como uma ferramenta de poder
internacional / Henrique Selmo Rael. -- 2022.
54 f.
Orientador: Luís Gustavo Mello Grohmann.

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. Cinema. 2. Coreia do Sul. 3. Onda Hallyu. 4.
Poder Brando. I. Grohmann, Luís Gustavo Mello, orient.
II. Título.

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

HENRIQUE SELMO RAEI

**O CINEMA COREANO COMO UMA
FERRAMENTA DE PODER INTERNACIONAL**

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. Dr. Luís Gustavo Mello Grohmann

UFRGS

Prof. Dr. Henrique Carlos de Oliveira de Castro

UFRGS

Prof. Dr. Augusto Neftali Corte de Oliveira

PUCRS

AGRADECIMENTOS

Ainda que eu tenha me apaixonado pela escrita nos últimos anos, redigir uma pesquisa, tão conclusiva de uma etapa da minha vida é tão desafiador quanto todos falaram. Não simplesmente em trabalho escrito, mas em um tipo de estresse perfeccionista, tão presente no curso e que, com o passar do tempo, eu consegui, felizmente, abandonar. Não é uma surpresa para aqueles que me conhecem, que me desiludi com o mundo das Relações Internacionais, e que descobri o meu interesse por outros tópicos que não esses que pude estudar nos últimos cinco anos. Eu, no entanto, não entendo mais o meu ingresso no curso com o arrependimento de alguém que desperdiçou todo esse tempo com uma formação que não pretende exercer. Tive a boa fortuna de estudar em um ambiente que incentiva o estudo, com pessoas incríveis, entre colegas e professores, alguns dos quais guardarei por toda a vida perto do peito. E mesmo depois de todo o recesso causado pela pandemia, ao retornar ao ‘campus’ e ver aquelas pessoas que, como eu, alguns anos antes, encantavam-se com as dimensões da universidade — algo que até hoje me deixa boquiaberto —, eu não posso negar uma espécie de saudade *nostalgicômica*, com o perdão do neologismo. Esses anos foram marcados por reviravoltas na minha vida, reviravoltas que variam desde a mudança da casa onde eu morei desde pequeno, até o entendimento do que eu quero fazer com a minha própria vida, da minha razão de ser como gente. E eu posso dizer que tudo isso começou com a minha avó, Sofya, uma imigrante que marcou meu coração em brasa com a sua gentil rigidez, e que foi a maior motivação para eu entrar nesse curso que enfim concluo. Tenho certeza que ela me apoiaria em percalços vindouros, se estivesse aqui. E tenho certeza que me apoia ainda hoje, da onde ela estiver.

Ainda que minha avó tão querida, tenha falecido antes do meu aceite na universidade — apenas três meses antes —, eu não fiquei desamparado, muito antes pelo contrário. Eu tive o apoio de uma mãe espetacular, e da melhor irmã que eu poderia querer, e meu agradecimento vai, em primeiro lugar para as duas, Angélica e Valentina. Sempre comigo, mesmo nas minhas maiores mancadas. Não posso esquecer dos meus cachorros que, a alguns anos acompanham a minha trajetória com a parceria que só um amigo felpudo pode garantir. A meu pai, Rodrigo, minha tia, Cláudia e minha avó, Marli, eu dedico também um agradecimento, porque sem o amparo que eu tive deles, tenho por certo que esse curso jamais teria sido concluído. Eu agradeço, ainda, meus amigos de coração, Juliano e José, com quem

pude discutir tantas vezes as minhas frustrações e que, todas as vezes ouviram sem titubear, me aconselhando e mantendo-se ao meu lado. Eu agradeço a Fernanda, ao Rodrigo e ao Thomas também, pessoas que pude conhecer por meio do jogo de tabuleiro que tornou-se nosso escapismo lúdico durante os dois últimos anos, e que tornaram-se parte dos meus finais de semana e, felizmente, da minha vida. E ainda que tenham muitas pessoas a quem agradecer que não citei nos trechos acima, eu tenho um limite de palavras que não suportam a gratidão por todos esses que fizeram parte desse capítulo. Por fim, eu agradeço ao meu falecido avô Gilberto que, aos 60 anos, tamanho carinho dele, aprendeu a jogar videogame para acompanhar esse neto avoadado.

“But fate, as Merlin always taught us, is inexorable. Life is a jest of the Gods, Merlin liked to claim, and there is no justice. You must learn to laugh, he once told me, or else you'll just weep yourself to death.”

Bernard Cornwell (1995), *The Winter King*

RESUMO

O presente trabalho intenciona investigar os desdobramentos do investimento sul-coreano no que se refere ao cinema (e audiovisual de forma geral), visando o alavancar de sua influência política e internacional por meio do soft power, ou poder brando. No decorrer da monografia explicaremos a maneira com a qual a indústria de cinema sul-coreana foi internacionalizada desde a década de 1990, com obras que se tornaram bem-sucedidas, até mesmo fazendo frente a cinematografia de países mais tradicionalmente produtores de cinema internacional, como é o caso dos Estados Unidos da América. Nesse mesmo sentido, investigaremos o aumento da relevância internacional sul-coreana por intermédio de seus investimentos culturais, usando, no caso do presente trabalho, o audiovisual como lente para essa investigação. Assim sendo, nosso foco estará no exercício de poder ao nível internacional, mas não por meios belicosos e por capacidades militares, mas utilizando de métodos aparentemente mais sutis. Utilizaremos de uma metodologia qualitativa, buscando analisar os aspectos referentes a essa remodelagem do cinema sul-coreano com o passar dos anos. Faremos uso de revisão bibliográfica, visando a tipificação dos investimentos coreanos no audiovisual como poder brando ou não, e analisaremos uma série de exposições que partem de meios sul-coreanos oficiais.

Palavras-chave: Cinema. Coreia do Sul. Onda Hallyu. Poder Brando.

ABSTRACT

The present work intends to investigate the developments of South Korean investment in terms of cinema (and audiovisual in general), with the intent to leverage its political and international influence through soft power. In the course of this monograph, we will explain the way in which the South Korean film industry has developed since the 1990s, with works that have become successful, even in the face of cinematography from countries more a keen on international cinema products, as is the case of the United States of America. In the same sense, we will investigate the increase in South Korea's general international influence, using audiovisual as a lens for this investigation. Therefore, our focus will not be on the exercise of power at the international level by means of aggression and by military capabilities, but through possibly more subtle methods. We will use a qualitative methodology seeking to analyze the aspects of this remodeling of South Korean cinema through the years. We will make use of the bibliographic review, aiming the typification of Korean investments in audiovisual as either soft power or not, and we will analyze a series of discourses that come from South Korean official sources.

Keywords: Cinema. Korean Wave. Soft Power. South Korea.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
2	A CONJUNTURA COREANA A PARTIR DE 1950	14
2.1	A DITADURA MILITAR DE 1963	16
2.2	A CENSURA NA CINEMATOGRAFIA	18
3	O CINEMA E PODER BRANDO	21
3.2	O CASO DO CINEMA CHINÊS	23
3.3	O CASO DE BOLLYWOOD	26
4	CINEMA COREANO E A ONDA HALLYU	30
4.1	A ATUAÇÃO GOVERNAMENTAL NA ONDA HALLYU	32
4.2	O CINEMA SUL-COREANO ENTRE 1990-2001	36
4.3	O AUDIOVISUAL COREANO NO SÉCULO XXI	40
5	CONCLUSÃO	46
	REFERÊNCIAS	51

1 INTRODUÇÃO

Os filmes, como já apontaram os teóricos, Alexander Spencer e Stefan Engert (2009), são úteis para retratar eventos e levantar questionamentos, e servem como um palco para a análise de narrativas. O cinema serve para aproximar realidades distantes e para traduzir dinâmicas sociais. Serve como metáfora para eventos sociais complexos e como uma forma de aproximar o professor e o aluno, e reduzir o efeito hierárquico da sala de aula. E embora uma série de autores, como os próprios autores supracitados, reconheçam o caráter, por vezes, unidimensional dos filmes, nos interessamos por sua utilização como um objeto de estudo no campo das Relações Internacionais. A relevância do cinema em uma série de momentos históricos é notável, a exemplo do esforço de guerra alemão, e na criação e influência da opinião pública, durante a Guerra Fria. Historicamente, o potencial político do cinema, como da arte, em geral, jamais fora ignorado, e ativamente, regulações e incentivos, foram utilizados por países, visando alguma projeção cultural internamente e além. A República Popular da China, por exemplo, um ator relevante na Comunidade Internacional, tornou-se, recentemente, um dos maiores mercados para o audiovisual (SONG, 2018). O aumento da renda per capita chinesa, e a melhora na qualidade de vida, encaminha centenas de milhões de pessoas para atividades anteriormente consideradas luxuosas, como a ida ao cinema. Enquanto os aspectos econômicos da ascensão asiática, e a elevação da importância do continente no cenário internacional já foram e são amplamente analisadas pela Academia, é nosso objetivo verificar a ascensão da importância asiática no mercado cinematográfico, usando como enfoque o caso da Coreia do Sul.

Embora a intersecção entre Relações Internacionais e a cinematografia seja ainda pouco explorada, encontram-se trabalhos recentes e de boa qualidade, sobre a temática. O projeto de Lucas Rocha Rodrigues (2015), estudante do curso de Relações Internacionais da UFRGS, analisa a criação do “American Way of Life”, como inflexão do poder brando estadunidense, por meio do cinema. O autor levanta que todo o tipo de arte carrega consigo aspectos de seu local de origem e por isso somos tão familiares aos elementos culturais norte-americanos. Nesse sentido, qualquer produção artística expõe valores e crenças daqueles que a fizeram. As produções Hollywoodianas, internacionalmente hegemônicas, retratam temáticas como liberdade e democracia, mesmo que esse não seja o seu objetivo original. Isso pode ser somado com a noção do diplomata Marco Farani (2009) de que o cinema é um segmento jamais divorciado da política. Um ideário que compreendemos como verdadeiro, o que não significa que todas as obras fílmicas produzidas, declaradamente ergam bandeiras políticas ou sociais. Embora a cinematografia chinesa e indiana, tenham mantido-se fortes, frente a hegemonia estadunidense, elas garantiram a sua independência

em função, respectivamente, da inferência governamental e de fatores endógenos (RODRIGUES, 2015). Nossa curiosidade, nesse mesmo sentido, é compreender e apresentar, o caso sul-coreano, uma vez que as produções do país estão cada vez tornando-se mais importantes, e participando cada vez mais de festivais e de premiações internacionais.

Levantamos o questionamento, nesse sentido, na forma de pergunta norteadora de nosso trabalho, se o cinema sul-coreano pode ser considerado uma ferramenta de poder brando da Coreia do Sul. Em linhas semelhantes, entendemos como bastante relevante, para melhor compreendermos o cenário da cinematografia, apresentar como a presença sul-coreana ocorreu, na forma de um agente produtor nesse segmento, entre o final da década de 1990 e o início dos anos 2000. Assim sendo, nossos objetivos estão divididos em três. O primeiro (a), é a melhor compreensão do processo de formação do cinema sul-coreano, desde o pós-Guerra e durante as administrações militares, uma vez que somente assim poderemos apresentar os importantes alicerces para o cinema sul-coreano que conhecemos hoje, tão internacionalizado. Nosso segundo objetivo (b), será a diferenciação dos casos de sucesso do cinema chinês e indiano, quando os comparamos ao caso do cinema da Coreia do Sul. Isso deve-se a uma preocupação nossa, no sentido de diferenciarmos as situações desse mercado em países bastante distintos, mas que, ainda assim, encontram-se no mesmo continente e compartilham de condições de mercado, por vezes, semelhantes. Nosso terceiro e último objetivo (c) é o de compreender se a inferência sul-coreana no audiovisual, de fato representa uma nova fase para o cinema internacional e caso represente, buscaremos verificar se essa dita fase pode indicar um aumento na relevância de produções cinematográficas de países periféricos ou, ao menos, não imediatamente europeus ou norte-americanos, como Canadá e os Estados Unidos.

Buscamos melhor compreender, em linhas gerais, como a presença sul-coreana, na forma de um agente produtor do segmento cinematográfico, alterou-se nos últimos anos. E, nesse sentido, procuramos confirmar, ou negar, o caráter do audiovisual na Coreia do Sul, como uma importante ferramenta de poder brando para o país. Destinaremos o primeiro capítulo do presente trabalho ao objetivo (a), visando um aparato histórico da Coreia do Sul e de seu mercado cultural, desde o final da década de 1950, onde discutiremos, também, o marcante caso da censura. Abordaremos o objetivo (b) em toda a extensão do segundo capítulo, onde diferenciaremos os mercados cinematográficos chinês e indiano, do sul-coreano, o foco de nosso trabalho. A motivação para incluirmos esse tópico como parte de nossa monografia, é a relevância da indústria de Bollywood e a manutenção de seu poderio interno a Índia, tal como a ascensão da importância chinesa no segmento filmico internacional, com o passar dos anos. Será no terceiro capítulo que abordaremos o objetivo (c), que compreendemos como melhor discutido, dado a sua importância para

respondermos a pergunta norteadora do trabalho, após a análise dos objetivos (a) e (b). Nesse contexto, levantamos como hipótese principal, a noção de que a Coreia do Sul encontrou em sua indústria cultural — e não somente na indústria cinematográfica — um caminho para ascender internacionalmente, em especial após a década de 1990. Com o estabelecimento dessa indústria e o aumento de sua relevância internacional nos segmentos de mercado do audiovisual e da música, por exemplo, o país encontrou espaço para posicionar-se internacionalmente de acordo com o poder brando. É importante ressaltar que, embora discutiremos, durante todo o trabalho, sobre vários segmentos da indústria cultural da Coreia do Sul, o nosso foco estará sempre na cinematografia.

Nossa pesquisa, de caráter exploratório, foi estruturada através de uma abordagem qualitativa. Inicialmente, faremos o uso da pesquisa bibliográfica, realizando a seleção e o fichamento do conhecimento já produzido, dentro da área de Relações Internacionais ou das demais Ciências, em especial nas áreas de Comunicação. A revisão bibliográfica, nesse sentido, será um suporte para a pesquisa, uma vez que, até o presente momento, não há um número considerável de textos acadêmicos produzidos sobre o tema, ao menos não especificamente sobre o caso da Coreia do Sul e do cinema asiático. Será, nessa instância, que trabalharemos quaisquer conceitos teóricos que possam surgir na trajetória de pesquisa, e que abordaremos, também, um breve histórico sobre o mercado cinematográfico da Coreia e uma pontual consideração sobre as capacidades políticas do cinema como poder brando, aos moldes citados por Joseph Nye (2004). Utilizaremos dados referentes as produções sul-coreanas, de alcance internacional, e a presença, e recebimento dessas obras em solo estrangeiro. Consideraremos, também, não somente a presença dessas obras nos meios convencionais de salas de cinema e televisão, mas a sua presença, também, em serviços de ‘streaming’, como a Netflix e a Amazon Prime Video. Em linhas semelhantes, faremos o uso da pesquisa documental, acerca de listagens e relatórios técnicos, e utilizaremos também, quando necessário, a pesquisa com notícias e declarações de governo, quanto ao orçamento, faturamento e a parcerias de obras coreanas com estúdios e redes estrangeiras.

Assim, demonstraremos de que forma a Coreia do Sul tem produzido conteúdos cinematográficos de relevância internacional desde o início dos anos 2000 e, nesse sentido, aumentando o seu próprio prestígio e, gradualmente, trazendo benefícios econômicos para si. O caso sul-coreano apresenta-se como um em que o país e as suas classes mais ascendentes, perceberam o benefício de exportar os produtos de sua indústria cultural, para muito além do que somente as suas fronteiras locais. A presença das exportações culturais sul-coreanas, vale ressaltar, já era considerável em outros países asiáticos, como discutiremos melhor nos capítulos abaixo. A sua relevância internacional, no entanto, o que motiva a presente pesquisa, é a importância dela, no contexto atual, atingindo os mercados estadunidense e latino-americano. E os reflexos dessa

exportação massiva podem ser percebidos anos depois da fundação de alicerces para o que seria um projeto sofisticado de investimento na cultura nacional. Um projeto que também abordaremos nos capítulos adiante com mais detalhes, mas que se apresenta como parte de um planejamento de governo, em maior ou menor medida, de uma série de diferentes administrações desde a década de 1990, onde a preocupação com a cinematografia tomou a forma de investimentos governamentais e privados, tal como se apresentou por meio de parcerias entre ambos. Discorreremos, especialmente durante o terceiro capítulo, sobre a atuação governamental no sentido de impulsionar o fenômeno de exportação cultural sul-coreana, embora seja importante ressaltar, como também será melhor discutido no capítulo primeiro, logo em seguida, que o governo da Coreia do Sul sempre fora presente, em maior ou menor medida, na forma de quotas de importação ou de censura, na indústria fílmica nacional.

Seja no mercado cinematográfico, com filmes como *Parasite* (2019, Bong Joon-ho), no campo de seriados de ‘streaming’, com obras como *Round 6* (2021), ou até relativamente a indústria musical, foram vários os sucessos sul-coreanos nos últimos anos, especialmente quando comparamos essas conquistas a produções de mesmo porte, vindas de mercados já bem estabelecidos, como é o caso dos Estados Unidos da América. Isto posto, nosso primeiro capítulo abará o importante contexto histórico coreano, a partir da década de 1950, visando responder alguns questionamentos vindouros quando for necessário discutir sobre as causas e as motivações para a internacionalização das produções fílmicas sul-coreanas. No segundo capítulo, explicaremos os conceitos de cinema e poder brando, visando uma abordagem, também, quanto a maiores especificidades referentes ao cinema asiático, em geral, com enfoque na produção cinematográfica chinesa e indiana. Isso será feito visando uma melhor diferenciação do estabelecimento do cinema coreano e de sua exportação, quando comparado com outros mercados do audiovisual asiático, como é o caso do chinês e do indiano. Por fim, será analisado o investimento e a influência da Onda Coreana (ou Onda Hallyu), em toda a expansão da indústria cultural sul-coreana a partir da década de 1990 e, mais especificamente, do estabelecimento de uma cinematografia internacionalizada a partir dos anos 2000. Nesse último capítulo abordaremos, ainda, as iniciativas de governo que contribuíram para a ascensão do mercado cultural sul-coreano e, em mesmo sentido, o objetivo central de nosso trabalho, na capacidade do cinema coreano servir como uma ferramenta poderosa de poder brando, no cenário internacional.

A cinematografia e as Relações Internacionais são campos ainda bastante divorciados, e sua aproximação pode servir, para além do que já fora proposto por autores como Spencer e Engert (2009), para desmistificar algumas temáticas, parte do estudo de Relações Internacionais, tal como para tornar o campo dos internacionalistas ainda mais interdisciplinar do que ele já se configura.

Durante décadas, os Estados Unidos foram grandes exportadores de entretenimento para o restante do mundo, mas essa característica, especialmente do mercado audiovisual pode, muito logo, mudar. Desde a década de 1990, os grandes conglomerados empresariais sul-coreanos, conhecidos como Chaebols, os quais discutiremos em mais detalhes nos capítulos abaixo, foram investidores na indústria cultural coreana e, mais recentemente, o governo pareceu incentivar outras séries de iniciativas. Tendo em vista que a economia cultural da Coreia do Sul apresenta bons rendimentos nos últimos anos, apesar de uma pandemia que arrasou a indústria cinematográfica, em geral, é esperado que esses investimentos continuem e com eles, a participação sul-coreana nesse segmento de mercado não somente mantenha-se mas, talvez, seja elevada. Com o aumento da contribuição chinesa ao audiovisual, como produtora e consumidora ao nível internacional, podemos imaginar que o pêndulo desse mercado deixará os centros de Hollywood e de seus estados tributários europeus, em direção a outros países, dessa vez capitaneando uma experiência cinematográfica asiática e quem sabe, de outras nações consideradas periféricas nessa indústria. Essa suposição será observada, no presente trabalho, a partir do caso bem-sucedido do cinema da Coreia do Sul.

2 A CONJUNTURA COREANA A PARTIR DE 1950

É importante que façamos uma rápida reconstituição da história sul-coreana a partir da primeira metade da década de 1950, logo após o fim da Guerra da Coreia, o conflito entre 1950 e 1953, que marcaria a nação e definiria alguns dos próximos momentos históricos que influenciaram, por certo, a indústria cinematográfica coreana, tal como outros ramos da cultura nacional. Ainda que não façamos grandes menções e detalhamentos no que concerne ao conflito, dado que esse não é nosso foco, é valioso ressaltar algumas características gerais. Logo após a Segunda Guerra Mundial, assim que a Coreia teve seus territórios desocupados pelo exército japonês, o país, então dividido entre ideários políticos distintos, sob chancela de poderes internacionais então inquestionáveis, fez o seu caminho por uma série de desenvolvimentos e embates que acarretariam Guerra da Coreia ainda no início da década seguinte. A libertação da Coreia do imperialismo japonês e a série de acontecimentos nos últimos dias da Segunda Guerra, na forma dos bombardeios atômicos das cidades de Hiroshima e Nagasaki, historicamente inéditos, foram cruciais para a divisão territorial subsequente, entre as províncias nortenhas, alinhadas a Moscou, e as províncias sulistas, alinhadas a Washington. A divisão do nacionalismo coreano, a rivalidade entre as duas potências emergentes da vindoura Guerra Fria e as vicissitudes advindas do fim do conflito mundial, contribuíram então para a divisão entre a Coreia do Sul e a Coreia do Norte e para o eventual conflito na península coreana (SETH, 2021).

Esse enfrentamento veria o seu término no armistício assinado no final de julho de 1953, interrompendo quaisquer ações militares até o segundo momento. A guerra, no caso da Coreia do Norte, resultou na destruição do país por parte das forças estadunidenses, servindo como um palco para um bombardeio massivo, cujo número de bombas fora maior que o bombardeio americano no Pacífico, durante a Segunda Guerra Mundial (ARMSTRONG, 2010). A Coreia do Sul, por outro lado, sofreu uma aceleração de sua reforma agrária, muito em função das políticas adotadas pelos norte-coreanos, colocadas em prática durante o período que estiveram sobre posse da capital, Seul. O auxílio estadunidense rendeu ao governo sul-coreano o acesso à moeda estrangeira, tão inestimável para o remanejamento das forças internas e para a construção ou reconstrução de suas indústrias locais. A guerra, nesse mesmo sentido, garantiu ao governo do então presidente Syngman Rhee o alavancar do anticomunismo como uma ideologia de Estado. A presença da Coreia do Sul como aliada de Washington, fronteira a um poder socialista, garantia uma justificativa para a sua existência como um país. Fora criada, nesse sentido, uma força militar impressionante, que figurou entre os dez maiores exércitos do mundo durante o período, atingindo o número de cerca de 600 mil soldados (SETH, 2021). O enfrentamento que supostamente reunificaria a península coreana serviu

somente para divorciá-la ainda mais. Isso é importantíssimo para que compreendamos como o regime sul-coreano de um presidente a priori democrático, transformar-se-ia em um regime autocrático e, nesse mesmo sentido, como as características desse regime resultariam na constituição da cinematografia coreana como ela se apresentou por anos.

A península coreana, no entanto, não fora o único território a ser seccionado em dois, figurando ao lado de outras nações como a Alemanha, a Irlanda e o Vietnã. Alguns casos, consequências de uma Guerra Fria ascendente, que tornar-se-ia cada vez mais significativa a partir da segunda metade da década de 1950 em diante. Ainda assim, a divisão da Coreia, mesmo que correlate a uma delimitação de fronteiras a partir de ocupação militar, como fora o caso da Alemanha, então dividida pelas tropas dos EUA e da União Soviética, o conflito resultante dessa partilha na Coreia levaria a uma das fronteiras mais tensas de todo o globo, mesmo após o armistício firmado. O enfrentamento, afinal, ainda depois de seu término em 1953, seria o condicionante imediato para a contenção da ameaça comunista no continente asiático. É nesse contexto que uma Coreia do Sul, recém-constituída, enfraquecida e ainda majoritariamente rural, modernizava-se frente a segunda metade do século XX. A própria guerra na península, resultou na migração de uma população tradicionalmente rural para os centros urbanos e, embora a maior parte das pessoas continuassem no campo, o aumento significativo dessa população nas cidades permitiu o espaço para o desenvolvimento de uma consciência democrática no povo sul-coreano, tal como o aumento de uma preocupação com as melhorias nos campos econômicos e sociais. Ainda que o campo continuasse bastante conservador, especialmente em função da reforma agrária iniciada pelos comunistas, anos antes, as áreas rurais não eram mais governadas exclusivamente por suas famílias mais tradicionais, modificando consideravelmente as estruturas locais (SETH, 2021).

Fora durante esse período que o presidente Syngman Rhee, já com mais de 70 anos de idade, deu forma a uma administração caracterizada por práticas autocráticas de repreensões policiais de seus opositores e de emendas constitucionais e medidas administrativas que perpetuassem o seu partido no assento de poder. A divisão entre o Partido Democrático e o Partido Liberal, via de regra partidos orquestrados por um único indivíduo carismático, seria um padrão de manejo político mantido por boa parte do século. Com o passar do tempo, a administração de Syngman Rhee tornar-se-ia cada vez mais questionada por seus opositores, e o apoio popular despencaria ano após ano, frente as reeleições subsequentes, ainda que o partido conseguisse fazer a manutenção de seu eleitorado, por meio da população rural. Uma das demonstrações de autoritarismo do então presidente Syngman Rhee, fora a prisão e a execução de um candidato terceiro, chamado Cho Pong-am, um socialista que não integrava nenhum dos dois grandes partidos sul-coreanos, e que recebeu um número considerável de votos nas urnas. Mesmo após a resignação do presidente, frente os

protestos populares massivos, a insatisfação da população não terminou, em todo. O país sofreu um aumento impressionante de sua população e um aumento, também significativo, de sul-coreanos alfabetizados. Populares esses que, entre líderes trabalhistas, professores e estudantes, continuaram a realizar greves e manifestações, tal como a peticionar reformas diversas, frente a nova administração (SETH, 2021).

2.1 A DITADURA MILITAR DE 1963

No dia 16 de maio de 1961, mais de 1500 soldados sul-coreanos ocuparam importantes posições na capital, e tomaram os principais edifícios da administração pública, sobre ordem do major-general Park Chung-hee. Foi instaurada a lei marcial, um toque de recolher e um comitê militar, eventualmente apoiado pelo então presidente Chang Myōn, refugiado em um convento católico. O então presidente deixou o seu esconderijo e renunciou, esperando prevenir quaisquer conflitos maiores e uma possível invasão vinda da Coreia do Norte. Enquanto a experiência democrática anterior representou uma tentativa fracassada frente as manifestações sociais, incapaz de responder as reivindicações populares, a classe militar sul-coreana que, durante o período de Syngman Rhee não percebeu um aumento de sua relevância, temia a desordem e a eventual reconfiguração do país a partir de um governo de matriz comunista (SETH, 2021). Esse golpe de Estado, em certo sentido, fora uma forma de os EUA realizarem a manutenção de seu poder na península. A Coreia do Sul não somente fora dependente, durante anos, dos investimentos estadunidenses, como também sempre sofreu com a presença política norte-americana, fazendo frente ao espectro do comunismo. Nesse sentido, Washington parece ter feito uma vista grossa frente ao fracasso dos ideais democráticos de seus aliados coreanos, como fez frente a outros países ao redor do mundo, durante o mesmo período (IM, 2006).

A administração militar foi caracterizada por um crescimento econômico bastante significativo quando comparada ao período anterior. Apesar disso, durante o período de Syngman Rhee, houve sim alguma geração de riqueza e estabilização econômica, muito em função do forte auxílio estadunidense. Nada, no entanto, promoveu necessariamente o desenvolvimento econômico que viria nas décadas subsequentes. A administração de Park Chung-hee herdou uma nação empobrecida e, sobretudo, dependente dos norte-americanos. Enquanto a Coreia do Norte, proprietária de grande parte das indústrias da península no tempo da divisão territorial, continuava a industrializar-se, o Japão, rapidamente reconstruindo-se da Segunda Guerra Mundial, expandia seus potentados econômicos visando absorver outros países em uma esfera comercial asiática, cujo centro seria Tóquio. O governo militar, nesse mesmo sentido, percebeu nos empreendedores mais

ascendentes uma forma de promover o crescimento nacional. Foram designados treze grandes empresários para o Comitê Promocional para a Reconstrução Econômica, ainda que a administração militar tenha certificado-se de que essa parceria com a elite empresarial — que continuaria por décadas —, seria fortemente gerida pelo Estado. Em linhas semelhantes, todo o crescimento econômico sul-coreano, que dar-se-ia durante e após a administração militar, seria decorrente dos investimentos nos campos da educação e na reforma agrária que, embora não tenha sido tão imediatista ou radical quanto na Coreia do Norte, ocorreu também (SETH, 2021).

Eventualmente, a administração ditatorial encontrou um fim nas eleições de 1988, onde um processo de redemocratização foi iniciado a partir do presidente eleito Roh Tae-Woo. Sua ascensão ao cargo, como herdeiro indicado do então presidente militar, foi conturbada e somente foi levada adiante, em função de uma declaração oficial por parte do partido governista, de que uma nova Constituição, prevendo eleições diretas e democráticas seria aceita. Isso, somado a libertação de prisioneiros políticos e a facilitação para a participação no campo da política, contribuíram de forma massiva para essa transição democrática. Em linhas semelhantes, o término da censura — o que abordaremos logo a frente —, também proposto nesse mesmo contexto, é importantíssimo para a construção da cinematografia sul-coreana como conhecemos, e não raras são as obras que abordam as cicatrizes da ditadura do passado. Foi ainda durante o primeiro ano da administração de Roh, que a Coreia do Sul passou por um dos melhores eventos possíveis para a melhoria de suas relações-públicas ao nível internacional. Ao sediar as Olimpíadas de Verão de 1988, o primeiro dos últimos jogos que não fora boicotado por nenhuma das potências da Guerra Fria, ela atraiu visitantes para o que se mostrou como um país modernizado e eficiente, o que serviu em muito para uma inserção orbícolica da Coreia. (SETH, 2021). É importante ressaltar que, como a retirada da censura como política de governo, as Olimpíadas tiveram o seu valor para aumentar o capital cultural coreano de uma forma que levaria o governo a repensar estratégias para a incorporação da Coreia em um mundo globalizado.

Com a ascensão do presidente Kim Young-Sam, eleito em 1993, em uma corrida presidencial na qual o próprio fundador da empresa Hyundai concorreu, foi levantada a proposta de que a Coreia deveria visar os processos galopantes de globalização e aumentar a sua competitividade cultural, no sentido de suprir as demandas de uma sociedade globalizada, onde os embates na indústria cultural local, não teriam somente combatentes internos, estando sujeitos, também, ao enfrentamento com as empresas internacionais. Nesse sentido, foi idealizado um plano de cinco anos para o desenvolvimento cultural, onde foi enfatizado pelo então presidente, em um discurso oficial no Dia da Cultura, no ano de 1995, a importância de um crescimento cultural, uma vez que, como apontado pelo próprio presidente, a competência na indústria cultural era como, no

contexto desse novo mundo globalizado, a competência nacional em si (KIM; JIN, 2016). A administração do então presidente Kim Young-Sam desenvolveu, cada vez mais, essas propostas, tal como o setor de tecnologia da informação, cada vez mais ascendente. Não somente a governança eleita representou um período importante para o desenvolvimento de um setor econômico e midiático mais voltado para a cultura, mas também foi um período em que os televisores a cabo tornaram-se mais acessíveis e comuns entre a população. A demanda governista era, nesse mesmo sentido, que a mídia fosse cada vez mais robusta, a ponto de concorrer em um mercado globalizado e internacional (SETH, 2021).

2.2 A CENSURA NA CINEMATOGRAFIA

Com a ascensão do período ditatorial, e a administração militar realizando massivas prisões de grupos criminosos, e até mesmo de empresários tomados como corruptos, o fanatismo ordeiro do governo alastrou-se, também, para a perseguição de quaisquer pessoas suspeitas comunistas e para o fechamento de jornais e revistas (SETH, 2021). Muito logo, isso transbordaria para a indústria cinematográfica, foco do nosso trabalho, espalhando-se por ramos do setor cultural. Durante o governo do então presidente militar Park Chung-hee, uma lei de 1962, chamada de “Motion Picture Law”, revisada quatro vezes desde sua promulgação, fortaleceria a censura sobre diretores e estúdios cinematográficos, resultando na produção de filmes que fossem aprovados duas vezes pelo censor — uma no momento de leitura do roteiro, e outra após as filmagens terem sido realizadas em sua totalidade —, prevenindo o lançamento de películas que representassem visões dissidentes e que possivelmente encorajassem estudantes, intelectuais e trabalhadores organizados, a formarem maiores oposições ao regime. As produções da época eram, nesse mesmo sentido, voltadas para obras sem um caráter crítico mais ativo, como filmes de ação, suspense ou de drama. Filmes como *The Memorial Gate for Virtuous Women*, de 1962, e *A Devilish Homicide*, são exemplos de obras que encaixam-se nessa leva de melodramas e suspenses. Nesse mesmo sentido, é notável que embora houvesse uma forte censura frente conteúdos interpretados como politicamente danosos para a governança, conteúdos do audiovisual que envolvessem adultério ou prostituição não sofriam dessa mesma represália, levantando suspeitas de que a administração militar visava manobrar a opinião pública controlando conteúdo sexual em detrimento de sufocar a consciência política nacional (KIM, 2016).

Ao passo que a ida ao cinema sofreu uma queda durante o período de administração militar, um gênero filmico, conhecido como *hostess films*, popularizou-se o suficiente para salvar a indústria cinematográfica nacional. Filmes desse gênero narravam a vinda de uma mulher do campo

para a cidade, acompanhando uma série de abusos e traumas sexuais por ela sofridos ao longo e após essa chegada. Filmes como *Heavenly Homecoming to Stars*, de 1974, e *Yeong-ja's Heydays*, de 1975, iniciaram o que seria uma leva de produções voltadas para esse mesmo nicho que, como supracitado, não sofreram censura. Essas produções, com o intento ou não de apresentarem-se como obras críticas, reproduziam problemáticas reais, como o abuso no ambiente de trabalho e a pobreza, essa última cuja representação filmica era bastante desencorajada pela administração ditatorial. Embora elas se enquadrassem como passíveis de reprovação pelos censores, em função de suas representações de desigualdade social e de prostituição, no pior dos casos essas obras não eram recomendadas para a exportação, e deviam sofrer alterações para tornar cenas explícitas demais, menos impactantes. Os *hostess films*, nesse sentido, mantiveram em funcionamento um mercado que sofreu massivamente com a política de censura da administração de Park Chung-hee, essencialmente negociando com cuidado os critérios da censura. Essas produções manobravam ao redor do censor, usando de ideologias e de construções narrativas e visuais que favorecessem o governo e o seu desenvolvimento industrializante, proposto e propagandeado durante a época. O diretor Kim Su-yong apontou que comumente cenas eram gravadas com cortes panorâmicos de construções e trens, representando os objetivos atingidos pela administração militar, visando agradar os censores e evitar que deletassem outras cenas (KIM, 2016).

Ainda durante a administração militar, o governo buscou pela abertura do mercado cinematográfico frente a livre competição internacional, ao passo que aumentou seus mecanismos para a proteção de sua própria indústria local e, por conta disso, uma nova geração que, até então esteve marcada pela censura do período militar e pela restrição de filmes estrangeiros, de Syngman Rhee, poderia acessar uma série de produções como consumidores ou produtores. Apesar disso, a censura manteve-se presente em ambos filmes internos e internacionais, e obras que representassem problemáticas políticas significativas ou que indicassem comunismo, mesmo que superficialmente — ainda que no contexto do término da Guerra Fria — continuavam a sofrer com as represálias dos censores. De acordo com a Corporação de Promoção para Filmes Coreanos, a antiga KMPPC e atual KOFIC, entre os anos de 1975 e 1984, somente 33 filmes estrangeiros, em média, chegavam a Coreia do Sul anualmente. Essas produções, predominantemente estadunidenses, eram algumas das poucas obras que escapavam da peneira que os órgãos de censura representavam. O baixíssimo ingresso de filmes estrangeiros devia-se, entre outros motivos, a uma quota de importação, estipulada pelo então presidente Syngman Rhee na década de 1950, que persistiu de uma forma ou de outra, por toda a administração militar, garantindo a proteção do mercado cinematográfico doméstico e permitindo o acesso de somente um número pequeno de filmes, e especialmente filmes norte-americanos. Ainda assim, antes mesmo da abertura sul-coreana para produções estrangeiras, o

mercado clandestino já era inundado por obras internacionais em fita cassete. Isso contribuiu para o surgimento de um interesse e engajamento do público, mesmo que inicialmente mais seletivo, a cultura na forma de audiovisual, processo esse que seria ainda mais agilizado, mais a frente, com o término oficial da censura como ferramenta política (YECIES; SHIM, 2011).

Foi no ano de 1996, durante a administração do então presidente Kim Young-Sam que a prática da censura como ferramenta de governo foi abolida oficialmente. A declaração da ilegalidade da censura, proporcionou uma terra fértil para a criatividade percebida em uma série de produções vindouras, que dariam início a um período de internacionalização do audiovisual sul-coreano, no caso de filmes e seriados. A censura dupla dos tempos de administração militar, foi substituída por uma sistemática de avaliação bastante menos restritiva, que garantia uma maior flexibilidade aos diretores e estúdios. A ascensão do cinema coreano, cada vez mais galopante desde a democratização do país, quando analisada sobre a ótica da onda internacionalista de cultura coreana popular, caracterizada pela exportação de suas telenovelas e música, cativou os olhos dos espectadores internacionais. Cada vez mais as condições para as produções tornaram-se mais apropriadas, e as obras de diretores como Lee Chang-dong, Park Chan-wook e Bong Joon-ho foram conhecidas internacionalmente. A promoção de filmes, no mercado audiovisual doméstico, por meio de iniciativas governamentais, como o KOFIC, o conselho de cinema sul-coreano, garantiu uma prevalência surpreendente das produções coreanas no mercado interno, um êxito de mercado que poucos países além da Índia, Japão e Estados Unidos tiveram (YECIES; SHIM, 2011). É a partir desse contexto, de uma cinematografia sul-coreana ascendente, que continuaremos a nossa análise, nos atendo, nos próximos instantes, a um aparato referente ao audiovisual como mecanismo de poder brando, e a uma breve comparação do desenvolvimento internacional da cinematografia em outros países asiáticos que não a Coreia, visando seus cinemas internacionalizados, ou internacionalizando-se, e como isso serviu a seus países e governos, como moeda e prestígio aumentado.

3 O CINEMA E PODER BRANDO

Ainda que nosso foco não esteja na definição de poder, cuja raiz é tão antiga quanto a própria formação da ciência social, é importante que façamos um breve levantamento dos conceitos que construíram o poder brando, ou o *soft power*, no campo de estudo dos internacionalistas. Vale ressaltar, também, que não faz parte da nossa proposta conceituar poder, ou discorrer sobre ele por meio das várias teorias de análise sistêmica. Assim sendo, prosseguiremos. Autores de matriz mais tradicional, como John Mearsheimer, apontam uma necessidade de quantificar, de maneira concreta, o poder de uma nação a partir de suas capacidades materiais, de tal forma que a disputa entre as nações seja forjada frente essa divisão internacional de recursos tangíveis (MEARSHEIMER, 2001). É nesse contexto que Joseph Nye, um autor da matriz neoliberal no estudo do sistema internacional, alegou que o poder era representado pela capacidade de obter os resultados almejados, por meio da ação direta ou indireta frente os outros atores do sistema. O aspecto da citada ação indireta, nesse caso, é aquela que abordaremos ao longo de todo o trabalho, representada pelo audiovisual, no caso da Coreia do Sul. Joseph Nye seccionou esse conceito de poder, então, nas subseções de poder bruto, ou *hard power*, e poder brando, ou *soft power*. Enquanto o poder econômico e militar com plena capacidade de alterar as ações de um dado país, por meio de ameaças e pagamentos, representa o poder bruto, nem sempre uma nação, no contexto dos teatros internacionais, gastará seu capital político dessa maneira, quem sabe preferindo uma abordagem mais branda, na forma da alteração das preferências nacionais de outrem, sem uso da dissuasão militar ou de sanções econômicas. Esse poder brando usa de valores compartilhados, nesse sentido, para gerar cooperação (NYE, 2004).

O conceito de poder brando, como apontado por Nye, não deve ser representado como influência nacional ou como prestígio. A influência pode ser estendida sobre outros países pelos meios da ação direta no fim das contas, como é o caso de uma ameaça. O poder brando, nesse mesmo sentido, também não deve ser representado apenas como a capacidade persuasiva de um país, ainda que esse possa ser um dos aspectos dele. O poder brando pode ser caracterizado como o poder de um país atrair outro país, tal como construir admiração de outrem, por ele. A atração, como forma de manufacturar as preferências de um país, são facilmente interligáveis a valores e a instituições legitimadas, frente o olhar de uma população. No cenário internacional, quantificar a efetividade ou o nível de poder brando de um país é bastante difícil, uma vez que a atração gerada pelos recursos de *soft power* tem, via de regra, um efeito considerado difuso, o que dificulta a análise de uma série de consequências mais calculáveis e tangíveis, como é o caso da medição de poder nacional por meios mais tradicionais, como a quantidade de armas ou seus potentados

econômicos (NYE, 2004). A criação dessa citada atração, pode partir de uma série de recursos distintos mas, no caso do presente trabalho, nos interessaremos pelos aspectos culturais, para além de outros. A cultura, nesse sentido, é um conjunto de valores que se manifestam nas artes e na educação, tal como no entretenimento de massa. É importante ressaltar, contudo, que o poder brando não é somente poder cultural. Políticas administrativas de um determinado governo, internamente ou visando o exterior, são fontes de poder brando em potencial, como foi o caso da segregação racial, das políticas de Direitos Humanos e da promoção da democracia aos moldes estadunidenses, das administrações de Ronald Reagan e Bill Clinton. Essas políticas de governo podem, nesse mesmo sentido, minar ou alavancar o poder brando de um país, dado que elas aparentem arrogantes, empáticas ou até mesmo hipócritas (NYE, 2004).

Os pesquisadores chineses, Yan Xuetong e Xu Jin (2008), apontam o poder brando como uma combinação das capacidades de mobilização de um país, nacional e internacionalmente, somada a atratividade desse mesmo país no cenário internacional. Nossa análise do cinema coreano e, mais especificamente, do experimento cinematográfico asiático, no caso do presente capítulo, tomará como uma das bases essa lógica, no sentido de apresentar o aumento da influência nacional a partir do cinema, uma vez que a relevância da China, da Coreia do Sul e da Índia, frente outros países, pode ser denotada tendo em vista a maior participação deles, na indústria cultural como um todo. Nesse sentido, a partir de então, mesmo que saibamos das outras fontes de poder brando de acordo com Joseph Nye (2004), como os valores e a política externa, sempre que citarmos no presente trabalho o termo poder brando ou soft power, apontaremos as fontes culturais do mesmo. No contexto de um mundo globalizado, a cultura popular de um país, que abarca todo um imaginário carregado de valores, certamente resultará em movimentações políticas diversas, dado que a separação entre informação e entretenimento encontra-se cada vez mais sutil. É essa cultura popular atraente que, formadora do poder brando, contribuiu para o sucesso em objetivos estadunidenses durante toda a extensão da Guerra Fria. A propaganda soviética, durante o período, não pode combater a influência galopante de uma cultura comercial norte-americana, com filmes e programas de televisão que, ainda antes da queda da Cortina de Ferro, já penetravam o território comunista. A Guerra Fria, nesse sentido, encontrou o seu fim entre o poder bruto e o poder brando, entre o *Dr. Strangelove* (1964) e os Beatles (NYE, 2004).

Ainda que a música e a mídia sejam grandes representações de poder brando, endereçamos especificamente a indústria cinematográfica em função de seu alcance e capacidade de projeção internacional, no sentido de estabelecer valores e de apresentar, por vezes, um estilo de vida originário do país dessa produção de audiovisual. Até a metade do século XX, foram muitas as administrações, de diversos países, que fizeram uso da aparelhagem da mídia, do sistema

educacional e da indústria cultural para acimentar visões de mundo e melhorar a própria aparência frente a opinião pública. Essa propaganda fez dos meios de comunicação um aparato sedutor, que conquistou corações e mentes no sentido de motivar alguma concordância política, em geral, ou visando a manutenção da ordem em seus territórios. O cinema, nesse sentido, foi reconhecido pelas lideranças políticas do período como uma ferramenta de comunicação e de entretenimento, que atingia massas inteiras, e rapidamente as capacidades e a importância do audiovisual foram compreendidas, aceitas e, muito logo, utilizadas pelos governos na forma de segmentos administrativos que lidavam com a censura e a regulamentação de produções desenvolvidas internamente, ou que eram importadas. Esses dispositivos legais eram representados por grupos de censores ou por regras de distribuição e exibição que, muitas vezes favoreciam a produção nacional frente a estrangeira (PEREIRA, 2005). O próprio caso sul-coreano já foi discutido, acima, com as políticas de Syngman Rhee e da administração ditatorial de Park Chung-hee.

As produções do audiovisual evidenciam, em muito, os valores de seus países de origem, como é notável no caso estadunidense, com Hollywood como o maior dos exportadores cinematográficos do mundo, desde a primeira metade do século XX, até o presente momento (NYE, 2004). O cinema nascera, afinal, no instante em que os Estados Unidos ainda se mantinham neutros no período da Primeira Guerra Mundial, eventualmente emergindo como potência. O então presidente Woodrow Wilson compreendeu as capacidades de internacionalização do cinema e percebeu a necessidade de utilizá-los como forma de propagandear a influência norte-americana a um baixo custo, ainda antes da entrada do país na guerra. Uma parceria entre o assento presidencial de Washington e o conglomerado de estúdios que formaria Hollywood foi firmada, com a formação de uma comissão de congressistas que visava a informação e os meios de comunicação. Nesse sentido, o ideário da comissão era promover a cultura estadunidense para o exterior, tal como justificar a necessidade do ingresso norte-americano no conflito na Europa. Essa comissão integrou um grande número de jornalistas e de cineastas, que entenderam como necessário propagar um estilo de vida aos moldes de Washington que, eventualmente, viria a internacionalizar-se. Em linhas semelhantes, essa comissão estipulava uma série de condições para a exportação dos filmes americanos, prevenindo a expedição de produções que transmitissem uma imagem dos Estados Unidos considerada como errática (FRASER, 2005).

O teatro cinematográfico de Hollywood, tão bem consolidado nos dias de hoje, tomou forma em função de uma série de motivos que transitam desde fatores políticos, como a criação da MPAA, a *Motion Picture Association of America*, até as parcerias com o governo, estabelecidas pelos maiores estúdios norte-americanos com o fim da exportação de seus produtos. As duas guerras, nesse mesmo sentido, serviram para a desaceleração do mercado filmico europeu, garantindo uma

parcela de mercado quase que certa para as produções estadunidenses. Não apenas os Estados Unidos garantiram o mercado europeu durante o período, uma vez que, durante as guerras, os estúdios na Europa interromperam as suas produções, mas também foram instaurados novos meios para a distribuição das peças de audiovisual, representada na abertura de escritórios de estúdios em outros países. A indústria de Hollywood, nesse sentido, produziu e distribuiu filmes o suficiente, durante o período de conflitos mundiais, a ponto de consolidar-se como produtores e exportadores quase sem competição alguma. A cinematografia estadunidense então, desde o princípio, estabeleceu-se como uma indústria comercialmente orientada, enquanto o desenvolvimento do cinema como arte ou como propaganda, como era visado em outros países, não era imediatamente o objetivo dos Estados Unidos. Ainda que não estejamos apontando que os norte-americanos não se importavam com o desenvolvimento artístico do cinema, esse não era o foco primeiro, quando falamos da formação da indústria de Hollywood, quando comparado ao lucro propriamente dito (WASKO, 2007).

3.2 O CASO DO CINEMA CHINÊS

A filmografia na China representa um mercado cultural que sempre fora compreendido como que construído pelo colonialismo do Ocidente. Desde o princípio foi objetivo do Partido Comunista o controle da indústria cinematográfica, no sentido de evitar que a arte influenciasse a vida política. As produções estadunidenses, por exemplo, foram banidas logo após a Revolução Chinesa, ainda em 1950. E ainda que o governo estivesse, eventualmente, modernizando a sua economia e formulando uma abertura política gradual, esse reformismo não se estendeu, imediatamente, ao campo das indústrias culturais. Até o início do século XX, o ingresso de filmes estrangeiros em território chinês era precedido por uma análise de três grandes corporações midiáticas. Uma delas, a *China Film Corporation*, fundada no final da década de 1970, regulamentava a distribuição de produções cinematográficas em todo território nacional e operacionaliza os procedimentos de importação e exportação de filmes, controlando, nessa mesma linha, datas de exibição e o preço dos ingressos, por exemplo. Outra organização que participava dessa estrutura de regulação fílmica na China, é a *State Administration of Radio, Film and Television*, ou SARFT, que gerenciava os lançamentos e a distribuição, em geral, e que tem sobre seu controle uma série de instituições, como é o caso da supracitada *China Film Corporation*. Em linhas semelhantes, o terceiro desses órgãos, toma forma no próprio Ministério da Cultura chinês, que supervisiona a importação e a distribuição de mídias pré-gravadas (WANG, 2007).

O processo de distribuição, exibição e importação de produções estrangeiras subsidia,

mesmo que indiretamente, a distribuição chinesa de audiovisual, tendo em vista que, mesmo que a quota de produções importadas a serem exibidas em solo chinês, representem cerca de 35% do total de filmes anuais, são essas produções estrangeiras que, via de regra, retêm boa parte da renda da bilheteria chinesa. É nesse sentido que a *China Film Corporation*, que por muito tempo figurou como a organização monopolista quando pensamos nos empreendimentos filmicos chineses, faz manobrar o lucro das produções de fora do país, para compensar os gastos gerados pela distribuição de filmes nacionais. A censura e a presença de um rígido conjunto de normas para a importação e distribuição cinematográfica, mantém-se presente até mesmo durante a China contemporânea. As capacidades de influência da arte são percebidas e levadas a sério, e é por esse motivo que, na estrutura regulatória supracitada, ambas *China Film Corporation* e a SARFT permanecem alinhadas ao Departamento Central de Propaganda que, por sua vez, presta contas ao Partido Comunista nacional. Em 2001, a China juntou-se à Organização Mundial do Comércio, ou OMC, e visando uma redução de danos ao mercado cinematográfico, Pequim deu forma a estratégias que garantissem a sobrevivência do segmento de distribuição, vital para toda e qualquer indústria cinematográfica. A ideia, na época, não era somente garantir a sobrevivência de sua indústria local, mas garantir que ela tornar-se-ia, mais a frente, forte o suficiente para competir (WANG, 2007).

Ainda que a *China Film Corporation*, não figure mais como uma distribuidora exclusiva, ainda foi estipulado um número mínimo de filmes nacionais a serem distribuídos pelas distribuidoras, garantindo alguma proteção para a indústria local. Em linhas gerais, a China evitou, com seu ingresso na OMC, que a estabelecida indústria de Hollywood colonizasse o mercado cinematográfico chinês, mantendo controle massivo da exibição dos filmes. À época da entrada chinesa na OMC, houve críticas quanto ao chamado ‘ingresso dos lobos’ no mercado, mas as políticas adotadas naquele período, aos moldes de uma substituição de importação, garantiram que estúdios e investidores fossem encorajados a produzir filmes em território chinês, e não simplesmente submetê-los a lançamento lá. Ainda que a China tenha permitido o acesso de filmes estrangeiros ao mercado chinês, na forma de sua distribuição em território nacional, os incentivos econômicos são ainda mais atrativos para aqueles que optam por realizar uma coprodução com estúdios chineses, ou para aqueles que queiram estabelecer as suas próprias instalações no país (WANG, 2007). Essa estratégia, desenvolvida ainda no início dos anos 2000, parece ter funcionado, uma vez que a República Popular da China, recentemente, tornou-se um dos maiores mercados para o audiovisual, rivalizando somente com os Estados Unidos em tamanho e número de consumidores. Nesse mesmo sentido, as restrições ainda impostas pela China, como quotas de importação, restrições de conteúdo e um tempo promocional reduzido, detêm as melhoras no

desempenho hollywoodiano em solo chinês (SONG, 2018).

Apesar disso, se bem administrado, o relacionamento entre a China e os estúdios norte-americanos podem render tanto o desenvolvimento da indústria cinematográfica chinesa, quanto um aumento na lucratividade dos empreendimentos culturais estadunidenses. A China, que se tornou um mercado importante para o audiovisual, pode usar das coproduções com Hollywood no sentido de especializar os seus próprios profissionais em um ramo que já é bastante bem-sucedido no caso norte-americano. Os estúdios chineses, portanto, podem tornar-se, no longo prazo, os competidores que os Estados Unidos ainda não encontraram em outros países. Uma vez que a importância internacional da China aumenta exponencialmente, desde o início do século XXI, é possível que o gargalo entre essas indústrias, chinesa e estadunidense, diminua da mesma forma que em outros segmentos econômicos diminuem, ainda que lentamente (SONG, 2018). Enquanto os estúdios norte-americanos fazem o possível para realizar coproduções para uma melhor penetração no mercado consumidor chinês, isso levou a uma série de coproduções consideradas falsas, com a reformulação de elencos e a apresentação de localidades na China, somente visando transpassar as barreiras iniciais impostas para a distribuição e exibição cinematográfica. E ao passo que as coproduções podem servir para alavancarem os ganhos estadunidenses, elas têm um grande potencial de contribuírem com os próprios estúdios chineses, no que diz respeito ao desenvolvimento de tecnologias, e quanto ao acesso a meios de distribuição globais. Uma das mais importantes condicionantes para que o poder brando chinês torne-se mais atraente nos teatros internacionais, é a reestruturação, a qual Hollywood pode ajudar, na forma como ele é percebido (PENG, 2016).

3.3 O CASO DE BOLLYWOOD

O cinema indiano, via de regra referenciado como Bollywood, é muito maior e bastante mais importante para a população local, do que somente a expressão supracitada nos leva a crer. Toda a produção audiovisual indiana é seccionada em complexos regionais, muito em função dos 15 idiomas que o país adota como oficiais. O termo Bollywood refere-se apenas a um desses núcleos cinematográficos, localizado na região Mumbai, a antiga Bombaim. A junção do antigo nome da cidade com a Hollywood estadunidense foi criada como que fazendo referência a esse polo cinematográfico que, ainda que importante, não representa a totalidade das produções indianas, em muito regionais. Como apontado por Bose (2007), Bollywood representa os aspectos mais característicos da cinematografia indiana. E ainda que sejam muitos os críticos que apontem o baixo faturamento da indústria em bilheteria, é importante ressaltar que não há um produtor ou diretor

indiano que dependa exclusivamente das bilheteiras nacionais, ou internacionais, para reaver seus investimentos iniciais. Os direitos fonográficos, os direitos de exibição nas televisões, a propaganda e os arranjos de coprodução e distribuição, quando somados representam uma renda mais do que suficiente para sustentar a aplicação desses recursos e desse tempo, no período de produção. Nesse sentido, é em função da convergência de mídia que as mais novas tecnologias barateiam o entretenimento, seja no que diz respeito ao valor, *stricto sensu*, ou em questões como tempo e acessibilidade, em geral.

Prevê-se que a indústria cultural indiana crescerá nos próximos anos, muito em função do crescimento econômico galopante da própria Índia. Com uma grande parcela da população gradualmente sendo inserida na classe média ou, ao menos, aumentando sua renda, os gastos com entretenimento devem, proporcionalmente, aumentar. É importante ressaltar, no entanto, que nem sempre o aumento na renda ocasiona um aumento nos gastos com lazer, especialmente quando falamos de países em desenvolvimento, como é o caso da Índia. Até mesmo em áreas mais ricas, os cinemas multiplex constataram que o número de produções assistidas por seus clientes variam de quatro a sete filmes por ano, e isso deve-se, via de regra, a falta de tempo que as pessoas têm para o entretenimento, e não necessariamente ao preço dos ingressos. A quantidade de produções indianas impressiona, quando comparada a Hollywood e a Europa. Com mais de mil lançamentos por ano, a Índia produz cerca de quatro vezes mais do que os Estados Unidos, quando analisamos os números apenas. No entanto, de forma contraintuitiva, ela tem uma parcela de mercado internacional muito inferior, e uma lucratividade bastante menor. A barreira do idioma e a desorganização na distribuição contribuí para tal, e o preço dos ingressos consiste em apenas uma fração quando comparado a filmes americanos e europeus. A cinematografia indiana, no entanto, é vitoriosa no campo das bilheteiras locais, quando comparada ao cinema estrangeiro. O caso indiano, raro, representa uma situação incomum em que o consumo fílmico nacional sobrepõe-se ao importado, normalmente estadunidense (BOSE, 2007).

A fórmula tradicional das produções indianas, com enredos musicais e um forte apelo moral voltado para representações tradicionais de masculinidade e feminilidade vem, gradualmente, se rompendo. Adicionalmente, foram estabelecidos procedimentos mais regrados quanto a produção, as gravações e o tempo de exibição no caso dos filmes indianos. Esses processos organizacionais, até então faltantes na indústria cinematográfica local, devem-se ao reconhecimento do cinema como uma indústria, a partir de 2001, tal como a metamorfose de antigas produtoras em grandes companhias de capital aberto. Com isso, benefícios fiscais, presentes em indústrias de aço ou têxteis, tornaram-se possíveis, tal como o financiamento por meio de bancos e outras instituições. Além disso, em função da alteração na base de produtoras como a *British Nandy Communications*,

a responsabilidade pessoal do produtor foi reduzida, além de possibilitar a toda a companhia, o acesso a maiores recursos, dado os possíveis investimentos de acionistas. Em linhas semelhantes, as produtoras perceberam a necessidade de convocar o espectador ao cinema, uma vez que caso esse espectador não encontrasse um filme em cartaz, que quisesse assistir, ele apenas assistiria um DVD ou navegaria pela internet, dado que as opções de lazer, atualmente, estão muito mais diversificadas que alguns anos atrás. É nesse sentido que o produtor investe em uma estratégia publicitária predatória, com cartazes e anúncios em várias mídias distintas. Por vezes as campanhas de marketing continuam até mesmo depois do lançamento do filme, então visando a arrecadação e não mais somente a divulgação da peça de audiovisual (BOSE, 2007).

O cinema de Bollywood foi transformado, nos últimos anos, de uma espécie mais escapista de entretenimento, para produções inovadoras, que abordam controvérsias e demandas sociais bastante recentes. É nesse instante que o supracitado surgimento de uma classe média torna-se importante para a análise do cinema indiano, quando pensamos em cineastas que estão sendo cobrados, agora, para falar sobre as contradições entre a modernidade cosmopolita e o tradicionalismo, a cultura indiana rural e urbana, e o casamento arranjado em contraponto ao amor romântico. Algumas produções, nesse contexto, optaram por abordar esses tópicos, importantes para a sociedade indiana que, atualmente, sofre consideráveis mudanças de base. Produções como *Shor in the City*, de 2011, *Ship of Theseus*, de 2012, *Queen*, de 2013, e *Court*, de 2014, são apenas alguns filmes, de gêneros que variam de dramas criminais até comédias que, com o passar dos anos, encontraram um nicho diferenciado entre festivais urbanos de cinema, especialmente entre aquelas pessoas que procuram por uma nova lógica no audiovisual de Bollywood. E ainda que essa Bollywood esteja tornando-se mais reconhecida no campo internacional, é necessário que um longo caminho seja trilhado, quando a comparamos com produções internacionalizadas do Japão ou de Hong Kong. Embora não seja possível, muito em função da estrutura linguística, que as produções estadunidenses surpassem o sucesso dos filmes locais no caso do território indiano, Bollywood não exerce hegemonia de mercado sequer em toda a região em que se encontra, quando pensamos em outras cinematografias tão interessantes como o cinema telugo ou marati (LEE; KOLLURI, 2016).

O cinema de Bollywood serve como uma zona de contato linguístico com outros países do sul da Ásia, e figura como o próprio cinema nacional, muito em função do Hindi ser um idioma oficial, ainda que ele seja falado por menos da metade da população total da Índia. Ainda assim, a cultura popular indiana e o conceito de Bollywood tornaram-se intimamente correlatos, ao menos quando analisado pelos olhos do mercado cinematográfico internacional, mesmo que isso não seja uma verdade e que o cinema indiano, seja muito mais diverso e inovador do que exclusivamente a Hollywood de Mumbai. É nesse sentido que, enquanto Bollywood limita-se ao sul do continente

asiático e a países então afetados pela diáspora indiana, como Estados Unidos, Reino Unido e a África do Sul, que o impacto global do cinema indiano, quando pensamos em casos como fora o cinema japonês e, investigado mais abaixo, o caso do audiovisual sul-coreano, a Índia encontra-se, ainda distante de transformar a sua cinematografia em um poderio internacional, inclusive com membros da própria indústria apontando esse fato (LEE; KOLLURI, 2016). Seguindo essa linha, podemos traçar um comparativo, ainda que esse não seja o foco do presente trabalho, entre o caso do cinema brasileiro e do cinema indiano. Um estudo mais detalhado poderia definir como o caso indiano, de um país que se encontra em um estágio de desenvolvimento econômico bastante semelhante ao do Brasil, tem produções locais muito bem-sucedidas no território nacional, enquanto o Brasil não. Aqui no Brasil, ainda encontramos uma prevalência de filmes estadunidenses nas salas de cinema. Enquanto o idioma e a proximidade com os Estados Unidos possam ser condicionantes para tal, essa não deixa de ser uma análise futura interessante.

4 CINEMA COREANO E A ONDA HALLYU

Uma vez que a citaremos outras vezes no presente trabalho, é importante descrevermos a chamada ‘Onda Coreana’, ou ‘Onda Hallyu’, como um termo indicativo da explosão da cultura popular da Coreia do Sul, para muito além de suas próprias fronteiras. Esse fluxo expansionista de entretenimento, abarca uma série de produções culturais, entre as quais figuram a culinária, a dança, os filmes, as séries dramáticas e as músicas do pop coreano. E nesse sentido, elas fazem parte da diplomacia pública sul-coreana que, diferentemente da diplomacia tradicional, esforça-se para alcançar um bom relacionamento com os públicos estrangeiros e não necessariamente com os governos. Em linhas semelhantes, não somente o governo sul-coreano toma parte nesses esforços diplomáticos, como também outros atores particulares, como empresas e instituições não estatais. As últimas administrações presidenciais sul-coreanas perceberam na cultura uma ferramenta poderosa a ser integrada nas estratégias de ascensão ao nível internacional, e essa preocupação de governo que se destaca desde o final da década de 1990, tomou forma justamente ao passo que o país, muito recentemente livre de uma ditadura duradoura, almejava figurar como um entre os países considerados desenvolvidos. É nesse contexto que não podemos divorciar a indústria cultural das ações adotadas pelo governo sul-coreano, que facilitaram, por certo, o desenvolvimento da indústria cultural que tornar-se-ia tão importante para o país e tão reconhecida internacionalmente para muito além somente das fronteiras asiáticas locais (TRISNI, 2019). Desenvolveremos as regulamentações e incentivos que partiram das administrações nacionais, mais a frente.

O termo ‘Onda Hallyu’ teve a sua primeira aparição na imprensa chinesa, como que referindo-se a popularidade da cultura coreana na China. Enquanto essa exportação de entretenimento sul-coreana teve início em países asiáticos, hoje percebemos esse fenômeno em outros continentes, inclusive, chegando até terras brasileiras. Administrações sul-coreanas tem, por vezes, utilizado dessa ‘Onda Coreana’ para construir uma melhor posição para a Coreia no contexto internacional. E ainda que atualmente os filmes e os grupos de pop coreano sejam os grandes propulsores dessa atratividade dos segmentos culturais exportados, os dramas televisionados foram um componente importante, especialmente nos momentos de aumento da popularidade sul-coreana em países vizinhos, como a China e o Japão. O drama histórico *Dae Jang Geum*, ou *Jewel in the Palace*, de 2003, teve uma ótima recepção em Taiwan, em Hong Kong e, eventualmente, na China. Esse mesmo programa foi ao ar, então, em outros países asiáticos como o Vietnã e a Índia, atingindo as televisões turcas, nigerianas, russas e estadunidenses, para citar somente alguns dos países em que o drama foi ao ar. Em linhas semelhantes, o princípio da ‘Onda Hallyu’ está intimamente relacionado a grupos musicais, especialmente aqueles mais famosos no final da década

de 1990 e no início dos anos 2000, entre os quais podemos destacar o grupo feminino *Baby V.O.X.*, e o grupo masculino *H.O.T.* São esses e outros grupos que estabeleceram recordes em vendas internacionais durante o período, e destacaram-se nas indústrias musicais de outros países asiáticos, como o Japão (JANG; PAIK, 2012).

O carro-chefe da ‘Onda Coreana’, atualmente, é o pop coreano, ou o K-Pop. Com o advento de novas tecnologias e ferramentas de informação, como as redes sociais aos moldes do Twitter, ou as plataformas de exibição de vídeos, como o YouTube, foi possibilitada a expansão, cada vez mais exponencial, de todas as produções culturais sul-coreanas. É nesse sentido que a conexão de internet é o palco perfeito para a promoção de uma cultura popular coreana e internacionalizada, que unifica os aspectos tradicionais do país exportador da peça cultural, junto de imagens atrativas de uma modernidade tipicamente ocidental. É fazendo o uso de todo um arcabouço de culturas estrangeiras que, de uma forma ou de outra penetraram o país durante o século XX e ainda antes, que foi desenvolvido um modelo refinado, a partir da experiência nacional, para a criação de um hibridismo forte o suficiente, para realizar o estabelecimento dessa cultura popular sul-coreana a um nível internacional, nos mercados de entretenimento de diversos países, mesmo além das fronteiras asiáticas (JANG; PAIK, 2012). Atualmente, são muitos os estudantes sul-coreanos que ambicionam integrar grupos de K-Pop no futuro, como ídolos da música popular, e não mais tem o intento tradicional de perseguirem carreiras como trabalhadores assalariados, como era o padrão para seus pais e avós, nas décadas anteriores (OH; LEE, 2014). É bastante interessante pensarmos, nesse sentido, especialmente ao passo que os sucessos de uma indústria nacional, de criatividade intensiva, como é o caso do cinema, tornam-se cada vez mais evidentes, até que ponto uma parcela das novas gerações tem um interesse desperto em perseguirem profissões menos tradicionais.

Em um país que sofreu bastante com a pirataria, as produtoras de K-Pop, enquanto utilizando de uma plataforma de distribuição, como o YouTube, tem seus problemas bastante reduzidos. Os músicos sul-coreanos dessa leva, tiveram um sucesso muito mais explosivo quando comparado com seus predecessores, também em função da liberalização política e da ausência da censura, presente no regime militar anterior a democratização. Atualmente, a música popular sul-coreana é produzida pensando não somente na população nacional, mas compreendendo um mercado muito maior, que se estende por outros continentes. Por óbvio, isso remodelou as percepções sul-coreanas quanto a indústria musical e, na mesma linha, o governo passou a reordenar os seus esforços econômicos em prol da promoção geral da ‘Onda Hallyu’ e, também, do próprio K-Pop, um fenômeno que teríamos sido relapsos, caso não mencionássemos no presente trabalho. Vale ressaltar que essa guinada sul-coreana para uma produção de bens criativos e culturais deve-se, também, aos meios de distribuição digitais, como o supracitado YouTube, uma

vez que o advento dessas tecnologias recentes devem ter sua relevância apontada, para qualquer segmento do entretenimento. As emissoras de televisão, contudo, ainda que não sejam mais os únicos grandes atores nesse mercado cultural, tomam parte e pretendem apropriar-se mais desse segmento (OH; LEE, 2014). Ainda que não seja a nossa proposta, analisarmos a música popular como ferramenta de poder internacional na Coreia do Sul, é importante apontarmos a sua significância, até mesmo para os olhares de consumidores e de produtores do mercado de entretenimento, ao passo que tornam em direção ao país.

4.1 A ATUAÇÃO GOVERNAMENTAL NA ONDA HALLYU

É importante apontarmos que os desenvolvimentos dessa indústria cultural na Coreia do Sul, no tocante a cinematografia e a música, por exemplo, sofreram com ativa intervenção governamental, no sentido de auxiliar cada um dos segmentos em suas expedições para o exterior. Um dos programas de governo é a *Korean Foundation for International Cultural Exchange*, ou KOFICE, como abreviação. Esse departamento, fundado em 2003, trabalha em conjunto do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo, no sentido de criar uma ponte entre a Coreia do Sul e o restante do mundo, por meio da cultura popular então exportada. Eles reconhecem e apontam a importância da supracitada ‘Onda Hallyu’, entendendo-a como um processo que aproximou uma série de pessoas ao redor do mundo, atestando assim a relevância do país no que diz respeito a sua presença cultural internacionalizada. Nesse sentido, visando a manutenção e a promoção desse intercâmbio cultural, o instituto propõe-se a desenvolver eventos culturais de natureza bilateral, pesquisas quanto ao desenvolvimento da ‘Onda Coreana’, e programas de qualificação para especialistas em áreas correlatas (KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE, 2022). Acerca dos estudos sobre o fenômeno Hallyu, é possível encontrar na plataforma online do instituto, uma série de publicações que abordam a evolução da ‘Onda Hallyu’ no exterior e, somente para citar algumas publicações, há textos com informes quanto a presença cultural sul-coreana no Vietnã, na China, na Turquia e na Argentina. Ainda esse ano, a plataforma disponibilizou dados quanto a ótima recepção na Austrália do seriado *Squid Game*, lançado em 2021 pela Netflix.

O departamento de governo para criação de conteúdo, conhecido como a *Korea Creative Content Agency*, ou KOCCA, como abreviação, foi um órgão fundado em 2019 para orientar a criação e a promoção de conteúdo na indústria cultural da Coreia do Sul. Essencialmente, a agência foi estruturada a partir de outros institutos, todos voltados para os segmentos de arte, cultura e entretenimento. Seus objetivos como organização perpassam o recrutamento de músicos estreadores

e o arranjo de suportes para apresentações musicais, até a garantia de auxílios para a publicação de gibis, e a promoção de qualificações para criadores de conteúdo. A agência, nesse mesmo sentido, funciona como uma incubadora para empresas jovens, ainda iniciantes no segmento de produção de conteúdo, e garantem o suporte para fabricação de protótipos, quando pensamos no setor de moda (KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY, 2021). Em referência ao presente trabalho, talvez o mais relevante desses departamentos e programas de governo, é o *Korean Film Council*, ou KOFIC, uma instituição fundada em 1973, que opera como um órgão autônomo, embora apoiado pelo governo e ligado ao supracitado Ministério da Cultura, Esporte e Turismo. O objetivo do instituto é a promoção da cinematografia nacional internamente e no exterior, por financiamentos, por pesquisas e capacitações. Adicionalmente, a organização toma parte na distribuição de filmes independentes e na promoção de festivais de cinema (KOREAN FILM COUNCIL, 2022).

A ‘Onda Coreana’ foi incluída no programa de governo do então presidente sul-coreano Lee Myung-bak, inserindo-a no PCNB, ou *Presidential Council on Nation Branding*. Esse conselho foi instituído com a preocupação de construir uma imagem para a Coreia do Sul, no plano internacional. Ao passo que o fenômeno Hallyu foi institucionalizado, a administração e os presidentes seguintes acompanharam atentamente essa expansão da cultura popular coreana, com citações no próprio site do Ministério de Relações Exteriores quanto a relevância da ‘Onda Hallyu’ para a diplomacia pública nacional. E como apontado acima, o tópico manteve-se presente em outros documentos e ferramentas de governo, até hoje. As políticas governamentais para o desenvolvimento da cultura popular sul-coreana, contudo, não foram iniciadas somente no século XXI, e estão presentes no intercâmbio de conteúdos culturais e no auxílio prestado pelo governo na prospecção de investidores. Ainda na década de 1980, o governo criou o espaço necessário para que conglomerados empresariais, os Chaebols, tornassem-se investidores no mercado de entretenimento. Foi esse modelo de investimentos que possibilitou a série de audições para a formação de grupos musicais, um dos quais seria o bem-sucedido *H.O.T.*, apontado como um dos primeiros grupos a atingir recordes de vendas ao nível internacional. Em linhas semelhantes, a administração do período garantiu acordos para a entrada de conteúdo japonês no país, com a ressalva de que haveria um intercâmbio cultural e informacional. Entre o suporte dos conglomerados para o financiamento, e as lições adquiridas pelo conteúdo japonês, as administrações sul-coreanas apresentavam-se, da forma que se apresentam hoje, como bastante envolvidas com a ‘Onda Coreana’, em geral (TRISNI, 2019).

Nesse mesmo sentido, o governo já apontou atores e atrizes como embaixadores honorários para a promoção de bens e de produtos culturais sul-coreanos. As integrantes do grupo musical *Wonder Girls*, e o ator Song Joong-ki, um dos protagonistas do seriado *Descendant of the Sun*, de

2016, foram apontados, respectivamente, como embaixadores da Culinária Coreana e do Turismo. Esse tipo de política apresenta ao menos uma preocupação do governo em fazer a manutenção da ‘Onda Hallyu’ como um todo. Além das instituições supracitadas, o governo sul-coreano deu forma a outras organizações, como extensões governamentais voltadas para a coordenação e para a promoção de uma série de projetos da cultura popular. O *King Sejong Institute* é um exemplo dessa movimentação governamental em prol do desenvolvimento do fenômeno Hallyu, no campo dos idiomas, atuando desde 2007. Para somarmos as instituições que citamos no início dessa seção, destacamos o *Korean Cultural Center*, ou KCC, presente em um grande número de países — inclusive o Brasil —, como uma organização mantida pelo Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul, com o fim de divulgar a cultura sul-coreana por apresentações e intercâmbios culturais. Em linhas semelhantes, o presidente Roh Moo-hyun, desenvolveu planos de governo específicos para auxiliar na exportação de produções culturais, no cenário estrangeiro. Alguns anos depois, o Banco Coreano de Desenvolvimento, ou KDB, contribuiu com um investimento multimilionário para o financiamento de conteúdos criativos para uma das maiores emissoras de televisão coreanas, a KBS (TRISNI, 2019).

É notável que o governo compreende a relevância da indústria cultural sul-coreana e esteja garantindo maior atenção para o segmento, através de financiamentos, por meio da construção de infraestrutura para o desenvolvimento da indústria e por meio da criação de instituições afiliadas ao governo, voltadas para o desenvolvimento da cultura popular e da sua infiltração em outros países. Contudo, essas ações do governo, ainda não estão coordenadas o suficiente. O governo sul-coreano, nesse sentido, tem um papel importante para o desenvolvimento do segmento como um todo, mas a falta de correlação entre os atores estatais e não estatais ainda indica algumas discrepâncias entre a posição do governo e a posição dos atores privados com respeito a ‘Onda Hallyu’ (TRISNI, 2019). E nesse contexto, nos voltamos ao segmento do audiovisual, o foco do nosso trabalho e que, como as outras áreas da indústria cultural, também foi bastante impulsionada pela promoção governamental. O forte apoio da administração pública, por órgãos como o supracitado KOFIC, somado a uma gama de produções bastante diversas, gerou o apoio do público sul-coreano a cinematografia local, ainda na década de 1990. E a partir da virada do século, o audiovisual coreano participou ativamente da exportação de produtos culturais do país, integrando festivais de cinema internacionais, como participantes muito bem referenciados pela crítica (YECIES; SHIM, 2011). A importância do governo, nesse sentido, para formação da indústria cultural sul-coreana, ainda que, como referenciado por Trisni (2019), tenha suas falhas quanto a interação entre o público e privado, é parte de um planejamento de governo que data desde a década de 1990, e perpassa por várias administrações distintas.

As produções culturais da Coreia do Sul fazem presença em vários países asiáticos desde o final do século XX, na forma, por exemplo, dos programas de televisão, que ocupam horários importantes nas programações locais. E essa presença somente aumentou com o passar dos anos. O faturamento da indústria de radiodifusão aumentou de US\$ 5,5 milhões em 1995 para US\$ 222,3 milhões em 2011. As produções de audiovisual, como já citamos acima, mantiveram a sua participação no mercado interno como superior a estadunidense, figurando como um dos poucos casos no mundo em que esse fenômeno ocorre. A própria música pop, uma febre na atualidade, teve sua rentabilidade aumentada em vinte vezes entre os anos de 2000 e 2011. E esses desenvolvimentos da indústria cultural, que engloba a cinematografia, os videogames e a música, não podem ser explicados sem que a participação do governo seja evidenciada. Enquanto no período autoritário, das ditaduras militares, o objetivo da indústria cultural era o de criar o alicerce para os objetivos políticos e econômicos da administração, isso não se manteve com o passar do tempo e com o término da censura como prática de governo. Na época, somente eram incentivadas aquelas produções que tivessem os valores representados, como mais ligados ao proposto pelo governo e, em função disso, a indústria cultural desenvolveu-se muito pouco na época. Com as mudanças políticas ao nível internacional e interno, houve uma alteração nas noções do governo quanto a esse segmento econômico, e o foco nas indústrias mais tradicionais para o desenvolvimento econômico nacional, foi perdido, ao menos no sentido de único bastião produtivo do país (KWON; KIM, 2013).

A Crise Financeira Asiática, de 1997, pode mostrar para as administrações sul-coreanas que basear-se apenas em uma economia manufatureira e tradicional, talvez não fosse o melhor negócio quando se pensa no desenvolvimento econômico, em geral. A indústria cultural, então, passou a ser visada e, muito logo foram percebidas as capacidades desse segmento alicerçar outros, como as indústrias de comunicação e de tecnologia. A participação do governo na formação dessa indústria cultural, na forma de programas de fomento, por exemplo, é notável desde a administração do presidente Kim Young-Sam e ela manteve-se nas administrações subsequentes. Durante a administração do presidente Kim Dae-jung, entre 1998 e 2002, o governo criou programas de financiamento para uma gama de produções culturais e, durante a administração seguinte, foi estabelecido um planejamento voltado especificamente para a exportação dos produtos sul-coreanos, dado o sucesso deles, nos mercados domésticos. E como anteriormente citado, o presidente Lee Myung-bak participou ativamente da produção cultural nacional, no sentido de aumentar a sua parcela de mercado no cenário internacional. Apenas entre 1999 e 2003, foram realizados empréstimos que somam um total de quase US\$ 40 milhões, apenas para o segmento cultural na Coreia do Sul. Em linhas semelhantes, foram criados fundos de investimento

especificamente voltados para o investimento direto nessas mesmas indústrias e, a respeito do tópico do nosso trabalho, que é a cinematografia sul-coreana, ainda em 1999 foi firmado o *Film Promotion Fund*. E durante o governo do então presidente Kim Dae-jung, foram formadas mais de 60 empresas voltadas para o financiamento de produções cinematográficas, um número que aumentaria para 551 até o ano de 2011 (KWON; KIM, 2013).

As administrações supracitadas auxiliariam, ainda, na distribuição dos produtos culturais ao nível doméstico e ao nível internacional, o que foi realizado pelo Ministério da Cultura, Esporte e Turismo, ou por outros órgãos governamentais. No final da década de 1990, foram estabelecidos procedimentos que monitorassem a venda e a distribuição de bens culturais, no sentido de evitar as violações de direitos autorais. Esse suporte garantido pelo governo, como os outros citados, estendeu-se para as inovações em produtos provenientes de indústrias de tecnologia, informação e comunicação, chamadas de indústrias TIC. Em linhas semelhantes, o governo participou de vários diferentes momentos no desenvolvimento de sua indústria cultural, desde capacitações até a expansão de companhias para ao mercado internacional. É importante ressaltar, no entanto, a criação de discrepâncias entre diferentes segmentos produtores de bens culturais. Enquanto o governo tenha auxiliado setores como a música e a cinematografia, considerados mais lucrativos, outras áreas, como os quadrinhos ou gibis, e as outras publicações editoriais, não foram agraciados com tamanha atenção por parte das administrações eleitas e, comparativamente, tiveram seus produtos culturais até negligenciados (KWON; KIM, 2013). Ainda assim, é impossível excluirmos a participação do governo sul-coreano no sucesso da ‘Onda Hallyu’, de uma forma ou de outra e, conseqüentemente, na relevância que as produções cinematográficas da Coreia do Sul adquiriram nos últimos anos.

4.2 O CINEMA SUL-COREANO ENTRE 1990-2001

Fora somente nos últimos anos em que a cinematografia sul-coreana passou a ser reconhecida em massa. Por óbvio, isso não significa que produções importantes e de boa qualidade não deixavam as fronteiras da Coreia do Sul anteriormente, ainda que, por certo, com menor alcance do que hoje em dia. É nesse sentido que festivais internacionais e sites na ‘internet’, por exemplo, são responsáveis por um tipo específico de promoção de filmes e que, como apontaremos mais adiante, não representam todos os aspectos do audiovisual coreano. Adicionalmente, é importante ressaltarmos que até a década de 1990, a produção filmica nacional estava, de uma forma ou de outra, atrelada as diretrizes do governo sul-coreano, seja por quotas de importação de filmes estrangeiros, seja pelos procedimentais de auxílio a produção, seja pela censura de governo

em si. Enquanto as barreiras de entrada para produções internacionais podem ser compreendidas como uma forma de estimular o crescimento da indústria nacional, isso não foi o que ocorreu durante os períodos anteriores a década de 1990. Em contrário, as quotas de produção e de importação reduziram o número de produções de maior qualidade, uma vez que alguns estúdios não resistiram as regulamentações e as licenças, que lhes cobravam uma maior quantidade de equipamentos, por exemplo. Além disso, uma vez que a importação de filmes hollywoodianos era mais lucrativa que a produção de filmes nacionais, as empresas de audiovisual produziam apenas o número necessário de filmes sul-coreanos, visando adquirir a licença para a importação dos estrangeiros (ROSS, 2007).

A censura, a qual dedicamos um subcapítulo acima, foi também bastante prejudicial para o desenvolvimento da cinematografia sul-coreana. Uma produção poderia ser cancelada, ou redesenhada, a qualquer momento se o estúdio ou as partes envolvidas na produção fossem consideradas dissidentes dos ideais do governo. O filme *Black Republic*, por exemplo, já da década de 1990, sofreu edições de conteúdo para que pudesse ser exibido. E embora produções críticas ao governo tenham sido produzidas e exibidas durante o período de censura, essas exibições eram consideradas ilegais e acarretavam ações judiciais contra seus organizadores. Além disso, essas mesmas obras não eram distribuídas pelos canais de distribuição mais tradicionais. É importante ressaltar essas produções, ainda assim, como parte da cinematografia sul-coreana, ainda que poucas delas tenham sido exportadas e que poucas delas tenham conquistado uma grande visibilidade. Em linhas semelhantes, os estúdios ficavam responsáveis por financiar seus projetos, enquanto sofriam com a possibilidade de terem seus filmes analisados pelos censores. Nesse sentido, a cinematografia era um investimento de risco, uma vez que as produções poderiam ser, a qualquer momento, suspensas. A problemática dos investimentos encontrou uma solução ainda no final da década de 1980, quando os Chaebols, os conglomerados empresariais, tiveram as licenças para investir na produção cinematográfica, aumentando o orçamento e, conseqüentemente, a qualidade dos filmes produzidos. É importante ressaltar que, em consequência desses grandes investimentos empresariais, os filmes passaram a acompanhar as fórmulas dos ‘enlatados’ hollywoodianos (ROSS, 2007).

Também ao final de década de 1980, a administração do presidente Roh concedeu o acesso do mercado audiovisual nacional aos norte-americanos, encerrando as quotas para importação de filmes estrangeiros. Isso não foi feito sem uma contrapartida, e foram negociados melhores tributos para a entrada de automóveis e de equipamentos de telecomunicações vindos da Coreia do Sul, para os Estados Unidos. Durante esse período, empresas como a *Universal*, a *Paramount* e a *Twentieth Century Fox* passaram a distribuir seus filmes diretamente em território sul-coreano, uma vez que

muitas abriram sedes na própria Coreia do Sul. Esse foi um momento de grandes mudanças para o audiovisual sul-coreano como um segmento produtivo e, somente no que diz respeito ao consumo de filmes estrangeiros no território, podemos apontar uma média de 338 filmes, entrando anualmente no país, entre os anos de 1989 e 1996. Uma vez que a censura seria oficialmente abolida durante a década de 1990 e que o governo seria democrático, as condições para a expansão da ‘Onda Hallyu’ tornaram-se cada vez melhores e cada vez mais marcantes em públicos consumidores espalhados ao redor do mundo. Produções sul-coreanas, durante o ano 2000, foram então exportadas para outras partes do mundo e bastante reverenciadas em festivais de cinema como em Berlim, em Hong Kong e em Veneza (YECIES; SHIM, 2011). É nesse sentido que as produções da Coreia do Sul, no início dos anos 2000 e, especialmente agora, entre os anos de 2010 e 2020, tornaram-se ainda mais reconhecidas internacionalmente, particularmente do ponto de vista do continente americano. Como já vimos, afinal, essas produções já eram bastante consumidas no cenário asiático.

Na medida que os períodos autocráticos sul-coreanos foram momentos de pouco desenvolvimento na indústria cinematográfica, houve a perda de uma parcela de mercado dos filmes nacionais para os filmes estrangeiros, e logo antes da democratização essa parcela de mercado foi reduzida ao seu ponto historicamente mais baixo, de 15,9%. Ainda que o governo seguinte tenha mantido as políticas de desregulamentação e de liberalização, as políticas para cultura e para a indústria do entretenimento, em geral, eram bastante distintas da administração anterior. Em 1995 foi aprovada a *Motion Picture Promotion Law*, que favorecia o investimento de capital doméstico na indústria e durante os anos seguintes o próprio governo investiu diretamente no mercado audiovisual. A popularidade dos filmes nacionais aumentou e a audiência nos cinemas, reduzida durante o período ditatorial, também cresceu em número. Nesse mesmo sentido, em 2001, a parcela de mercado para produções nacionais, frente as produções importadas, foi de 49,7%, o que é um aumento impressionante quando comparado aos 15,9% de oito anos antes. A administração do presidente Kim Young-Sam iniciou uma campanha para a globalização sul-coreana chamada de *segzehwa*, inicialmente voltada para liberalização de mercados bastante regulados. Eventualmente, essa política de globalização foi adequada a indústria cultural, com o fim de conectar essa indústria sul-coreana ao mercado internacional. Foi durante esse período que os conglomerados familiares Chaebols, uma vez que tinham as condições favoráveis por parte do governo, passaram a investir nesse segmento. A Samsung com o Samsung Entertainment Group em 1995 e a Hyundai com várias indústrias como a HBS e a Seoul Production, são somente dois dos exemplos desse fenômeno (JIN, 2006).

O governo sul-coreano confiava nas capacidades desses investimentos, no sentido de

reavivarem a indústria cinematográfica, e esses recursos dos conglomerados Chaebols foram de fato bastante revitalizadores em todo o segmento. Ainda assim, uma série de empresas como a Samsung, por exemplo, já tinham investimentos alocados em produções audiovisuais desde o início da década, e várias delas tinham os seus próprios canais de televisão a cabo. Os fundos de internautas também representaram uma forma de captar os recursos para as produções cinematográficas. Esse fenômeno consiste no investimento monetário dos chamados cidadãos da internet, em projetos que, no nosso caso são cinematográficos, e cuja compensação viria após o lançamento do filme. O chamado Netizen Fund — netizen sendo a aglutinação dos termos ‘internet’ e ‘citizen’ — teve início em 1999, com a produtora Bom e foi uma forma pela qual os internautas interessados em cinema, puderam investir nas produções diretamente, algo até então inédito na Coreia do Sul. Nesse primeiro caso, para a produtora Bom, os internautas tomaram parte em um fundo de investimento de US\$ 85.000 e, após esse investimento, os duzentos internautas que participaram, tiveram uma taxa de retorno de cerca de 200%. O filme *Friend*, lançado em 2001, mobilizou uma centena de investidores internautas em um minuto, investidores esses que tiveram um retorno de cerca de 250% logo em 2002. Os fundos de internautas diminuíram, no entanto, porque filmes como *Jakarta* e *Humanist*, lançados respectivamente em 2000 e 2001, financiados dessa forma, não tiveram um faturamento suficiente para gerar lucro algum (JIN, 2006).

Durante o período, empresas transnacionais estabeleceram programas de parceria com a Samsung, com a Hyundai e com outros dos conglomerados empresariais. Uma subsidiária da Hyundai, por exemplo, chamada Diamond AD, importadora de sucessos de bilheteria, assinou em 1996 um arranjo para a coprodução e para a distribuição com a empresa francesa, Canal Plus. Na época, o segmento integrava-se a indústria global de cultura e entretenimento, e isso resultou no ingresso de uma série de companhias na Coreia do Sul, além de garantir espaço para que os estúdios e as produtoras sul-coreanas tomassem parte nos teatros de operações culturais. E foi a partir dos anos 2000, na Coreia do Sul, que a parcela de mercado, de filmes domésticos em relação a filmes estrangeiros, passou a figurar a frente de outros países como o Japão e como a França, também famosos por sua indústria filmica. E nesse sentido, a indústria cinematográfica sul-coreana apresentava uma crescente participação de seus filmes nacionais, quando analisados frente a parcela de mercado dos filmes importados. Durante o período, foram os filmes produzidos pelos conglomerados empresariais que representaram os grandes sucessos de bilheteria. Mas eventualmente a participação dessas grandes empresas no mercado de audiovisual foi reduzida. Foram muitos os críticos da concentração produtiva nos grupos Chaebols e da resultante padronização dos filmes, orientados comercialmente. A saída dessas empresas da indústria, contudo, não se deveram somente as críticas e podem ser apontados aspectos econômicos e

políticos também. Vale ressaltar, no entanto, que alguns dos maiores conglomerados, como a Samsung, não deixaram a indústria totalmente e continuaram a trabalhar com a distribuição e com a exibição de filmes (JIN, 2006).

4.3 O AUDIOVISUAL COREANO NO SÉCULO XXI

É importante ressaltarmos que as críticas não foram a única razão pela qual os conglomerados Chaebols retiraram-se do mercado cinematográfico. Uma série de filmes produzidos por essas grandes empresas, não tiveram os lucros esperados e como representação dessas situações, a Samsung Group dissolveu a Samsung Entertainment Group, desistindo de alguns investimentos na área da comunicação, seja na produção de filmes ou na área de TV a cabo, que passava por uma crise. E embora hajam relatos de que a retirada dos Chaebols deveu-se a uma pressão governamental, no sentido de reduzir estruturas empresariais consideradas dilatadas, a resposta do governo para esses questionamentos, foi de que a retirada dos conglomerados foi uma decisão exclusivamente comercial. Por óbvio, os Chaebols não se retiraram completamente do mercado cinematográfico, e empresas como a LG e a CJ mantiveram suas salas de cinema multiplex, ao passo que o supracitado Samsung Group instituiu a Samsung Venture Investment Co., cujo foco era o investimento em produções fílmicas. Em linhas gerais, os conglomerados empresariais tornaram-se mais seletivos no que tange aos investimentos cinematográficos, mas permaneceram ativos nas áreas de distribuição e exibição das produções. Foram os filmes financiados ou produzidos pelos Chaebols afinal, que durante a virada do século, apresentaram-se como sucessos de bilheteria. Essas produções eram predominantemente filmes de gangsteres, como *Attack the Gas Station*, de 1999 e *Friend*, de 2001. Em linhas gerais, isso deve-se ao fato de que as produções sul-coreanas passaram a fazer um bom uso de efeitos especiais, e até de técnicas de gravação com helicópteros (JIN, 2006).

Os sucessos da cinematografia sul-coreana trouxeram a tona a competição doméstica entre os filmes mais artísticos e as produções mais comerciais, assim como questões como a pirataria e as alterações em políticas governamentais que reduziram significativamente, na primeira década do século, a lucratividade das produções. O número de filmes exportados, também diminuiu entre os anos de 2008 e 2009, ainda que tenha se mantido muito superior ao número de produções exportadas nos anos 2000. Durante esse mesmo período a parcela de mercado dos filmes exibidos em território nacional ainda eram predominantemente sul-coreanos, com 47,5% de participação de mercado no primeiro semestre do ano de 2010. Foram momentos conturbados para o desenvolvimento da indústria cinematográfica local, e a supracitada instituição do KOFIC foi forçada a expandir os seus programas de apoio, tendo em vista a imagem do órgão em suas duas

últimas administrações (YECIES; SHIM, 2011). Verificaremos abaixo se a Coreia do Sul pode superar essas dificuldades, vividas ao final da primeira década e, de certa forma, em uma primeira análise, tudo indica que sim. O sucesso de exportação da cultura sul-coreana, como hoje percebemos, afinal, não se dá durante o período de obras consagradas como *Oldboy*, de 2003, mas sim após 2012, um período caracterizado pelo lançamento explosivo do videoclipe da música Gangnam Style do artista sul-coreano Psy. O videoclipe figura, até hoje, como um dos vídeos mais acessados no YouTube e registra um período que foi seguido pela importância renovada da música pop da Coreia do Sul, no caso de grupos famosos como BTS e, eventualmente da própria cinematografia nacional, o foco de nosso trabalho.

No início dos anos 2000, a atenção dedicada aos filmes sul-coreanos partiram de filmes bem-sucedidos em festivais de cinema internacionais, como *Samaritan Girl* e *3-Iron*, ambos de 2004. A competição internacional do cinema coreano, nesse sentido, deve-se a todas as mudanças e incentivos que a indústria vivenciou durante o final da década de 1990. É importante apontarmos que, via de regra, os filmes exibidos em festivais não refletem toda a produção fílmica nacional e que apenas alguns diretores são submetidos a essa exposição em plataformas internacionais. As produções sul-coreanas que fazem sucesso são, nesse sentido, filmes de autor, obras que refletem as personalidades artísticas de seus diretores ou roteiristas. Um exemplo é o filme de 2005, *The Bow*, que tem poucos diálogos, como é característico das produções do diretor Kim Ki Duk. Adicionalmente, os filmes bem-sucedidos em festivais não fazem, necessariamente, sucesso doméstico. O diretor Kim Ki Duk, por exemplo, criticou publicamente os espectadores sul-coreanos por não valorizarem a sua produção. Ele alegou que seu filme *The Bow*, entrou em cartaz em apenas um cinema na Coreia do Sul, ainda que tenha sido exibido no festival internacional de Cannes. Enquanto o cinema de autor pode oferecer uma ferramenta publicitária que, por norma auxilia a indústria cinematográfica local, ele também limita a promoção e o suporte a outros diretores, como que declarando que somente alguns dos cineastas sul-coreanos possam ser representantes do cinema nacional (ROSS, 2007).

Essa promoção do autor em filmes sul-coreanos, parece específica quando a produção é exportada para o mercado cinematográfico ocidental, uma vez que em países como a China e o Japão, os materiais promocionais baseiam-se nos atores e não no autor. Alguns atores, como Gang Dong-won podem levar a pré-venda das produções em países como o Japão. Isso acarreta recompensas anteriores as gravações, garantindo, via de regra, uma produção de boa qualidade, tendo em vista que o interesse midiático nos astros de cinema, encaminha o filme para o sucesso em bilheteria. No leste asiático a relevância dos atores é tamanha que, em cidades como Hong Kong, os filmes são agrupados por seus atores e não por ordem alfabética. Alguns atores, como Lee Byung-

hun, por exemplo, participam diariamente de comerciais no Japão. Esses atores são utilizados para a promoção das produções sul-coreanas e isso faz com que os consumidores de cinema no leste asiático baseiem os seus conhecimentos sobre a indústria fílmica da Coreia do Sul nesse grupo de personalidades. A indústria cinematográfica sul-coreana, nesse sentido, tem uma produção audiovisual de quantidades bastante significativas, cuja qualidade e cujo orçamento aumentaram com o passar do tempo. Adicionalmente, vale abordarmos as coproduções que, por certo podem criar benefícios fiscais, que partem de um filme ser classificado como uma produção doméstica em mais de um país. Nem sempre os objetivos de uma coprodução são necessariamente comerciais e, no caso da Coreia do Sul, podemos apontar a *Asian Film Industry Network*, ou AFIN, como uma representação da cooperação no audiovisual asiático com outros fins (ROSS, 2007).

Essa instituição, consolidada em 2005, foi alicerçada por uma declaração conjunta de uma série de órgãos de países distintos, como o KOFIC sul-coreano, e o UNIJAPAN naturalmente japonês. A proposta da AFIN, nesse sentido, é de criar as ferramentas para que produções de qualidade continuem a ser realizadas, ao mesmo passo que as práticas culturais de diferentes países da região são, também, exploradas em tela. Para o caso sul-coreano, é possível verificarmos diferentes idiomas e nacionalidades representadas no texto de várias produções e, especificamente no campo de financiamento, as coproduções voltam-se para o custeio compartilhado dos empreendimentos fílmicos. No filme de 2005, *Seven Swords*, uma coprodução entre a China, a Coreia do Sul e Hong Kong, boa parte dos diálogos apresentam-se em coreano. E essa diferenciação entre os idiomas coreano e mandarim, atuam como pontos de destaque para aqueles espectadores chineses e sul-coreanos, uma vez que a posição social dos personagens muitas vezes é abordada, apontando as perspectivas de diferentes identidades culturais. O financiamento internacional, cada vez mais frequente, é presente em filmes como o supracitado *The Bow*, também de 2005, onde cerca de 50% da produção foi financiada por uma companhia japonesa. O custeio de produções sul-coreanas por outros países, especialmente pelo Japão, contribui para a solidificação de um bloco cinematográfico asiático, mesmo que no campo das ideias. Ainda que os filmes sul-coreanos tenham espaço de crescimento no leste asiático, existem especificidades quanto ao apoio às produções no caso do Ocidente. Além disso, é importante apontar, que as distribuidoras internacionais e o discurso midiático, influenciam quais filmes ganham exposição para operar fora de um país (ROSS, 2007).

A ‘Onda Hallyu’, como abordamos nos capítulos acima, teve raízes no hibridismo do local e do global, e esse mesmo hibridismo que foi utilizado para a constituição da cultura coreana como exportável, pode ser aplicado às diferentes recepções de produtos sul-coreanos entre os consumidores locais e os consumidores globais. Ao modificar e adaptar tradicionais convenções

hollywoodianas de cinema, filmes como *The Attorney* e *Taxi Driver*, respectivamente de 2013 e de 2017, demonstram esse mesmo hibridismo no contexto do cinema sul-coreano. O cinema da Coreia do Sul, nesse sentido, pode ser conceituado como um construto renacionalizado, que ora reforça, ora suprime a heterogeneidade transnacional com temáticas, narrativas e operações técnicas, tal como com as influências culturais e os ideários presentes no inconsciente da sociedade sul-coreana, em geral. O caráter de muitas produções recentes, pode ser imediatamente relacionado a alterações basilares na sociedade e na política sul-coreana. Filmes como *The Admiral: Roaring Currents* e *Ode to My Father*, ambos de 2014, apresentam reverência, em maior ou menor medida, ao patriotismo e ao nacionalismo. Esses filmes foram produzidos durante o governo de caráter conservador do presidente Park Geun-hye, enquanto filmes como o supracitado *Taxi Driver*, que abordam temáticas como a democratização, foram produzidos durante a administração do presidente Moon Jae-in, de caráter mais progressista (KIM, 2019). Vale notar que a produção sul-coreana, vencedora do Oscar de Melhor Filme de 2019, *Parasite*, também foi lançada durante o governo do presidente Moon Jae-in, e uma crítica social bastante profunda é presente em todo o filme.

O filme *Veteran*, de 2014, por exemplo, retrata um embate entre um policial e o herdeiro de um poderoso conglomerado empresarial e, como outras produções do mesmo gênero, como *Inside Men*, de 2015, projeta a imprensa, os políticos e os mafiosos como o conjunto das forças que movimentam as corrupções da sociedade sul-coreana. Com o crescimento das plataformas online, sejam elas para reprodução legal ou ilegal dessas produções, o consumo desses materiais para além da Coreia do Sul tornaram-se cada vez mais frequentes. Nesse sentido, os filmes mais bem-sucedidos entre as produções sul-coreanas, ainda que tendam a mimetizar ou apropriar-se de fatores estéticos e técnicos, tradicionalmente hollywoodianos, eles distinguem-se na abordagem de tópicos localizados. E esse hibridismo entre o global e o local, não se limitem somente ao cinema coreano, como podemos ver no consumo de dramas de televisão que, recentemente, passaram a fazer sucesso na América Latina. Isso deve-se, entre outros fatores, a promoção estratégica de produtos culturais da Coreia do Sul, e também a alteração no mercado global de telenovelas, nas quais figuram os custos consideravelmente baixos para a aquisição e para distribuição desses dramas televisivos. O consumo internacional dos produtos da ‘Onda Hallyu’, nesse sentido, tem como ponto-chave a maneira com a qual o produto abarcou os desejos e a consciência coletiva dos consumidores locais, tal como seus contextos econômicos e sociais (KIM, 2019). O fenômeno do Mukbang, ainda que não seja o foco do nosso trabalho, também é um exemplo do sucesso nessa exportação de produtos culturais sul-coreanos, e consiste no consumo de uma grande quantidade de alimentos, muitas vezes de diferentes naturezas e localidades, em diversas plataformas online.

Acerca da indústria cinematográfica, uma recente produção muito bem-sucedida, foi *Parasite*, de 2019, um filme que não poderíamos deixar de referenciar em um trabalho como esse. Ambientado na Coreia do Sul, filmado na capital, com o coreano como o idioma principal, o filme ganhou o Oscar de Melhor Filme, Melhor Diretor, Melhor Filme Estrangeiro e Melhor Roteiro Original em 2019, e arrecadou cerca de 267 milhões de dólares, contando com um orçamento vinte e quatro vezes menor. As causas para esse sucesso comercial comprovado são várias e, entre elas, podemos destacar o papel do governo, abordado também nos capítulos acima. O governo sul-coreano, quando pensamos no crescimento das indústrias culturais, deu forma a uma política cultural embasada na diplomacia pública, que se diferencia da diplomacia tradicional, e da criação de uma marca nacional. A Coreia do Sul, bem como outros países que não ocupam necessariamente os centros globais, tem suas dificuldades quanto ao reconhecimento internacional e, nesse sentido, a criação de uma ‘marca’ para a nação funciona como a construção de uma boa imagem. Essa construção é multifacetada e pode ser uma ferramenta política, especialmente para países periféricos ou para potências ascendentes. E esse conceito de criação de uma marca da nação, corresponde a todo o imaginário de um país no contexto internacional e isso, por óbvio, inclui as dimensões culturais. Nesse campo cultural, quando pensamos especificamente na cinematografia, as produções sul-coreanas, em contraponto aos filmes chineses e japoneses que, muitas vezes voltam-se para outros períodos históricos, abordam constantemente a contemporaneidade, com algum grau de ousadia (LEE, 2021).

Desde o final da década de 1990, a ‘Onda Hallyu’ configura-se como uma ferramenta da diplomacia cultural, bastante utilizada pelo governo sul-coreano, para melhor infiltração ao redor do globo. O cinema faz parte desse processo, e diretores como Park Chan-wook, Kim Ki Duk e Bong Joon-ho, para citar somente alguns, fazem parte de uma tábua de profissionais de cinema que, em filmes como *Oldboy*, de 2003, *The Isle*, de 2000 e *The Host*, de 2006, participaram ativamente de festivais internacionais voltados para o audiovisual. Como apontado, as administrações sul-coreanas foram importantes no suporte para a indústria cultural e um exemplo no caso da cinematografia, é a criação da *Korean Academy of Film Arts*, ou KAFA, onde o próprio diretor Bong Joon-ho concluiu a sua graduação. A importância do setor privado, contudo, não deve ser negligenciada, e um exemplo é o caso do aclamado e supracitado *Parasite*, que fora financiado, em grande medida, pela CJ E&M, uma das maiores companhias de entretenimento do país e um dos braços do conglomerado empresarial CJ Group. Essa mesma empresa firmou uma parceria com a Netflix para a produção e para distribuição de uma série de conteúdos da Coreia do Sul e isso, por certo, faz muito sentido comercial, uma vez que os produtos culturais sul-coreanos passaram a ser consumidos, em padrões quase que exponenciais, em diversas plataformas digitais como a citada

Netflix e o YouTube. No caso da própria Netflix podemos apontar os populares dramas coreanos, como *Kingdom*, de 2019, uma entre as várias produções sul-coreanas, presentes no *streaming*, e que foram muito bem-sucedidas (LEE, 2021). Como apontamos no início do subcapítulo, o CJ Group foi uma entre as empresas que manteve uma presença significativa no mercado cinematográfico, mesmo após a retirada dos conglomerados Chaebols do segmento, ainda no início dos anos 2000.

Em linhas gerais, o sucesso da indústria cultural impulsionou toda a economia sul-coreana. A exportação de produtos dessa natureza viveu um crescimento exponencial entre o final da década de 1990 e o final da década de 2010, representando quarenta vezes o valor que representara, anos antes. O valor dessas exportações, é importante ressaltar, saltou de cerca US\$ 188 milhões, para cerca US\$ 12 bilhões. O aumento dos números foi sentido, também, na maior contratação, em empresas locais, de produtores de conteúdos culturais como compositores, diretores, escritores e músicos. Da mesma maneira que o valor da indústria cultural aumentou, o número de trabalhadores nesse segmento também cresceu cerca de 12% entre 2005 e 2017. Nesse sentido, a Coreia do Sul fez um uso estratégico de seus bens e serviços culturais para a construção de sua marca nacional, e para legitimar os seus investimentos nesse segmento, uma vez que a sua relevância econômica aumentou. Em linhas semelhantes, o governo adotou uma postura mais discreta com relação à atuação de seus produtos culturais, internacionalmente. Movimentos na China, no Japão, na Tailândia e no Vietnã, fazem frente a ‘Onda Coreana’, ao passo que apontam que ela não garante um intercâmbio cultural ou o ingresso de conteúdos de outros países na Coreia (LEE, 2021). É importante ressaltar que, no caso dos Estados Unidos, da Europa e de países latino-americanos como o Brasil, o estabelecimento de uma frente antagonista ao fenômeno Hallyu ainda não foi sentido, ao menos não da mesma forma, com slogans específicos, como é vivida em países asiáticos. Esses países, afinal, já eram afetados pelo influxo de produtos culturais sul-coreanos a mais tempo que o restante do mundo.

5 CONCLUSÃO

Nosso presente trabalho dedicou-se a avaliar o cinema e, em certa medida, todo o mercado de audiovisual na Coreia do Sul, como uma ferramenta de poder brando, utilizada pelo governo. O fenômeno Hallyu influenciou as políticas diplomáticas sul-coreanas, muitas vezes de formas positivas, promovendo um aumento significativo na atratividade da Coreia do Sul, em termos como aqueles discutidos por Joseph Nye. Toda a ‘Onda Coreana’ proporcionou o espaço necessário para a construção de relacionamentos, por vezes com resultados econômicos bastante positivos, entre a Coreia do Sul e países como a China, o Japão, Taiwan e a Malásia. O consumo de produtos sul-coreanos nesses países, cuja natureza vai desde filmes e seriados, até a culinária e a música, aumentou de tal forma que alguns países criaram campanhas próprias para a valorização de seus conteúdos nacionais, como que fazendo frente ao avanço das produções culturais sul-coreanas. O que resultou, como apontado anteriormente, no recente remanejamento das políticas adotadas pela Coreia do Sul nesses países, ao menos no que diz respeito ao fenômeno Hallyu. É claro, nesse sentido, que o galopante sucesso da ‘Onda Coreana’ tem servido para influenciar e possivelmente remodelar a diplomacia pública e as preferências da Coreia do Sul. Esse fenômeno oferece as condições para que o país manipule a compreensão internacional de si, no sentido de construir uma marca nacional e estender uma rede transcontinental de cultura popular sul-coreana. Processo esse que é bastante facilitado pelos meios de comunicação como a internet, os quais boa parte da população mundial tornaram-se dependentes para lazer e para trabalho.

Com relação à indústria cinematográfica, houve um crescimento exponencial cujas origens podemos rastrear desde o final da década de 1990, onde todo o segmento vivenciou uma espécie de renascença, em muito constituída pelo fim da censura como uma prática de governo. A presença de investidores nacionais e internacionais, tal como as ações do próprio governo sul-coreano, todas contribuíram para o fortalecimento do cinema e, em mesma linha, de todo o audiovisual, que teve capacidades de fazer frente a cinematografia de Hollywood dentro e, em certo sentido, fora da Coreia do Sul. O suporte dos complexos empresariais conhecidos como Chaebols, embora não seja, hoje, tão presente como fora ao final dos anos 1990 e no início dos anos 2000, ainda é bastante significativo e tão ativo quanto os próprios órgãos governamentais, que renderam auxílios financeiros e legais para a indústria. Como apontamos, embora o sucesso comercial de *Parasite* esteja acimentado em uma série de razões, o financiamento de uma das grandes companhias sul-coreanas de entretenimento, na forma da CJ E&M, foi crucial para o desenvolvimento do filme. As administrações sul-coreanas, em maior ou menor medida, dedicam um apoio impressionante, quando comparado a outros países, ao impulsionamento dos produtos culturais nacionais,

especialmente quando pensamos em desenvolvimento técnico e em qualificação de profissionais. Os suportes do governo para os empreendimentos culturais, não são voltados apenas para os aspectos de cultura, e um efeito econômico multiplicador é flagrante, com o crescimento da economia sul-coreana nos últimos anos.

E embora a indústria cinematográfica tenha contribuído para o crescimento da Coreia do Sul, ela é somente uma parte de um todo. Um complexo inteiro representado pelos segmentos econômicos cultural e criativo, que se estende pelos seriados e telenovelas, tão aclamados nos circuitos de *streaming*, pela música, com a avalanche do K-Pop, desde 2012, e por fenômenos internéticos como é o caso do Mukbang. Em linhas gerais, o sucesso econômico da Coreia do Sul, entre uma série de fatores que se distanciam do foco do nosso trabalho, é devido, também, a influência que a indústria cultural adquiriu na economia sul-coreana desde o início dos 2000 ao redor do mundo, e desde a década de 1990 em todo o continente asiático. A relevância da Coreia do Sul no mercado cultural tornou-se mais do que significativa e hoje podemos apontar os produtos sul-coreanos como parte daqueles que moldam as percepções de consumo cultural em países para muito além da China e do Japão, uma vez que a influência de produções sul-coreanas é sentida na música, com grupos como BTS, no audiovisual, com filmes como *Train to Busan* e no campo de seriados, como *Squid Game* e *Kingdom*. O cinema, nesse sentido, é uma ferramenta importante para uma nação que, muito recentemente, vivenciou a conquista de ter uma produção sua como vitoriosa em uma série de categorias, na maior celebração do cinema internacional. O cinema sul-coreano e, conseqüentemente, a própria Coreia do Sul, tem as ferramentas para condicionar a ação de outras instituições e países, por meio da atratividade de suas exportações culturais como foi feito tantas vezes por países durante a história.

Portanto, retornamos ao questionamento inicial de nosso trabalho. Se o cinema sul-coreano pode ou não ser uma ferramenta de poder brando utilizada pelo país, ao nível internacional. Para respondermos esse questionamento, realizamos um levantamento histórico com relação à formação da Coreia do Sul como um país democrático, uma vez que a indústria cinematográfica nacional pode ter suas origens traçadas até mesmo antes da década de 1950. Ao passo que o primeiro capítulo de nosso trabalho, dedicou-se a discussão quanto ao estabelecimento de um período ditatorial e de um aparato de censura bastante rígido que influenciaria o cinema sul-coreano até a década de 1990, tivemos espaço, nessa primeira seção do trabalho, para discorrermos sobre a formação da Coreia do Sul como um país saído de dois conflitos subsequentes e, também, sobre como a indústria cinematográfica nacional encontrava-se durante e após a administração de Syngman Rhee. Logo em seguida, no segundo capítulo, abordamos os conceitos de poder brando e a capacidade de utilização do cinema como uma ferramenta de alcance internacional, discorrendo,

ainda no mesmo capítulo, sobre os casos das indústrias cinematográficas chinesa e indiana. A motivação para essa abordagem foi de atender o nosso objetivo secundário, que era de elucidar a diferença entre os sucessos fílmicos da indústria chinesa e indiana, para que pudéssemos diferenciá-las do caso sul-coreano. Era nossa preocupação não fazermos quaisquer reducionismos que generalizassem o cinema asiático como um monólito e, para evitar isso, escolhemos dois mercados de audiovisual, também asiáticos, para analisarmos de forma mais limitada, ainda que apresentando as suas diferenças em composição e gênero, quando imediatamente comparadas ao caso da Coreia do Sul.

No terceiro e último capítulo de nosso trabalho, nos dedicamos a uma análise da formação do cinema sul-coreano e, de certa forma, de toda a indústria cultural estabelecida na Coreia do Sul, em um processo de algumas etapas. Abordamos o supracitado fenômeno da ‘Onda Hallyu’, tal como a atuação governamental e os diversos momentos em que as políticas de uma ou de outra administração, influenciaram a formação de um mercado de produtos culturais na Coreia do Sul. Essa seção foi de grande importância para a compreensão de que as intenções do governo sul-coreano, no que diz respeito a construção de alicerces para esse apontado mercado, são facilmente identificáveis, mas que, também, são bastante difusas, com conexões não tão intuitivas e ainda, pouco trabalhadas no sentido de criar pontes entre os profissionais de cinema — e de outras indústrias culturais —, com as instituições privadas e os múltiplos órgãos do governo. Ainda que muitos desses órgãos governamentais estejam sobre o mesmo guarda-chuva do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo. Ainda nesse capítulo, abordamos o mercado cinematográfico durante a década de 1990, uma década bastante relevante para a política sul-coreana, uma vez que foram durante esses anos que o país vivenciou os seus primeiros momentos de uma democracia plena. As práticas de censura foram deixadas para trás e o cinema sul-coreano, como outras áreas das indústrias culturais, foi agraciado com o incentivo das administrações eleitas, com o investimento privado dos conglomerados Chaebols e com os primeiros passos do sucesso internacional — para além do continente asiático —, que seria vivido no início dos anos 2000.

Realizamos ainda, uma avaliação do sucesso da cinematografia sul-coreana que, em 2019, experimentou um apogeu, com a conquista de premiações internacionais e, no campo da televisão e do streaming, tornou-se uma parte do mainstream internacional de entretenimento, como era o caso sul-coreano no campo da música. Ao passo que o primeiro dos nossos objetivos (a), caracterizado pela compreensão do processo de formação do cinema sul-coreano foi, enfim realizado, no primeiro e segundo capítulo, tivemos a oportunidade de cumprir com o nosso segundo objetivo (b), explicitando os diferentes aspectos do cinema chinês e indiano, como componentes de uma produção de audiovisual asiática muito própria de suas culturas e países, distintas uma da outra e

distintas, também, do caso sul-coreano. Nosso terceiro objetivo específico (c), requiere uma análise ainda mais robusta do que aquela realizada sobre os dois primeiros e, ao passo que realizávamos a pesquisa, tornou-se verificável que sim, a cinematografia sul-coreana indica uma nova etapa no mercado de audiovisual internacional. Seria frágil assumirmos que esse segmento industrial de entretenimento, como é o caso do cinema, não sofrerá, como sofre, por mudanças. A indústria cinematográfica fora afetada pela pandemia da COVID-19 e, fortemente influenciada por um mundo construído sobre as redes e acimentado por uma série de plataformas na internet que, cada vez mais, criam a necessidade imediata de adaptação para um mercado que, até algum tempo, baseava o sucesso de seus produtos por cálculos mais diretos, como o faturamento de alguma obra em bilheteria. Essa necessidade de adaptação não é, necessariamente, ruim e podemos pensar na facilitação do acesso para essas obras, tão distantes de países como o Brasil, com base em uma conexão de rede.

A facilidade atual para o acesso a produções asiáticas em países latino-americanos, por exemplo, é uma forma das nossas comunidades descobrirem obras artísticas que, muitas vezes retratam problemáticas semelhantes às nossas e que, a pouco tempo atrás, seriam de difícil acesso para a população, em geral. Nesse mesmo sentido, é aberto o espaço para a descoberta de produtos culturais não tão conhecidos e, no caso da Coreia do Sul e do cinema, de diretores que não participam imediatamente daquele cinema de autor, tão comum no caso da exportação desses produtos culturais para o Ocidente. Adicionalmente, o mercado cinematográfico, estadunidense e tradicional, reconheceu em 2019, seja por pressão social, seja por motivos econômicos, a necessidade de alguma abertura para um cinema não convencional e que, por vezes, permanecia escanteado frente as produções mais conservadoras, que traziam pouca, se alguma, inovação e pouca, se alguma, representatividade. O mundo pode vivenciar, em meio a adaptação do mercado cinematográfico como o conhecemos, um aumento na participação e na relevância de produções asiáticas, sejam elas as bem-sucedidas produções sul-coreanas, que foram alavancadas pelo fenômeno Hallyu, sejam elas os produtos de uma China cada vez mais pró-ativa no cenário internacional. Embora a hegemonia do cinema estadunidense, centrada em Hollywood, seja impressionante e duradoura, mesmo os impérios mais bem construídos, passam por crises, e o sucesso sul-coreano, somado as mudanças em todo o segmento de audiovisual, pode indicar uma alteração estrutural cujos impactos estarão somente claros daqui a uma ou duas décadas.

É importante pensarmos, ainda, que esse processo pode ser carregado de flutuações. Em um mundo tão globalizado e que experimenta da maior quantidade de redes globais de conexão que já vivenciamos como sociedade, o tempo de apreciação de um conteúdo, e a sua vida útil como entretenimento, pode ser cada vez menor. Apesar disso, a Coreia do Sul tem uma brecha para a

tornar-se cada vez mais importante e presente como exportadora de produtos culturais para o restante do mundo. E ao avaliarmos os conceitos de poder brando como a capacidade de coordenar a ação de um país por meios não coercitivos, utilizando da atratividade dessa nação como ferramenta, imediatamente quando pensamos na influência do cinema estadunidense em todo o globo, tudo indica para a utilização do cinema sul-coreano como um ferramental de persuasão de Seul. Os esforços das administrações da Coreia do Sul e o reconhecimento da ‘Onda Hallyu’ como um fenômeno social importante, contribui para a comprovação de que os próprios tomadores de decisão estão bastante cientes das capacidades de influência de suas produções culturais, bem como o alcance delas internacionalmente, cada vez mais aumentado pelas redes. Em linhas semelhantes, caberá ao governo sul-coreano administrar a sua diplomacia cultural no sentido de aprimorar e sustentar o seu relacionamento com outros países, fazendo uso de sua relevância como um exportador de sua cultura popular, ao passo que evita parecer um poder econômico expansionista. E sugerimos que os tomadores de decisão aqui, no Brasil, investiguem a formação das indústrias culturais da Coreia do Sul, e as suas capacidades em todo o mundo, uma vez que o próprio Brasil, com uma cultura tão rica em culinária, dança, esporte e música, tal como em uma série de outros campos, poderia adotar algumas das mesmas ações sul-coreanas, mesmo que de forma inicialmente limitada, para alavancar a sua própria diplomacia cultural e a sua presença internacional.

REFERÊNCIAS

- ARANBURU, Ainhoa Marzol. The film industry in China: past and present. **Journal of Evolutionary Studies in Business**, Barcelona, v. 2, n. 1, p.1-28, Jan. 2017.
- ARMSTRONG, Charles K. The destruction and reconstruction of North Korea, 1950 – 1960. **The Asia-Pacific Journal**, Tokyo, v. 07, n. 01, p. 01-09, 16 Mar. 2009. Disponível em: <https://apjjf.org/-Charles-K-Armstrong/3460/article.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2022.
- BERRY, Chris; FARQUHAR, Mary Ann. **China on screen: cinema and nation**. [S.l.]: Columbia University Press, 2006.
- BOSE, Derek. Produção e distribuição do cinema indiano. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo: indústria, política e mercado: Ásia**. São Paulo: Escrituras, 2007. p. 82-119.
- CAPELATO, Maria Helena. **História e cinema**. 2. ed. [S.l.]: Alameda, 2011.
- CORNWELL, Bernard. **The Winter King**. Londres: Penguin Group, 1995.
- ENGERT, Stefan; SPENCER, Alexander. International relations at the movies: teaching and learning about international politics through film. **Perspectives**, Praga, v. 17, n. 1, p. 83-104, Jan. 2009. Disponível em: https://www.gsi.uni-muenchen.de/personen/wiss_mitarbeiter/spencer/publ_spencer/engertspencer2009.pdf. Acesso em: 9 jan. 2020.
- ETGES, Veronica Spolaor. **Mercado de cinema e mecanismos de integração cultural: uma análise da estratégia de países não-hegemônicos**. 2016. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Relações Internacionais)– Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/166130>. Acesso em: 9 jan. 2020.
- FARANI, Marco. Cinema e política: a política externa e a promoção do cinema brasileiro no mercado internacional. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e economia política**. São Paulo: Escrituras, 2009. p. 17-37.
- FRASER, Matthew. **Weapons of mass distraction: soft power and American empire**. New York: Thomas Dunne Books, 2005.
- IM, Hyug Baeg. The US role in Korean democracy and security since cold war era. **International Relations of the Asia-Pacific**, Seoul, v. 6, n. 2, p. 157-187, 2006.
- JANG, Gunjoo; PAIK, Won. Korean wave as tool for Korea’s new cultural diplomacy. **Advances in Applied Sociology**, [s.l.], v. 2, n. 3, p. 196-202, Sept. 2012. Disponível em: https://www.scirp.org/pdf/AASoci20120300004_59668127.pdf. Acesso em: 27 jul. 2022.
- JIN, Dal Yong. Cultural politics in Korea’s contemporary films under neoliberal globalization. **Media, Culture & Society**, [s.l.], v. 28, n. 1, p. 5-23, Jan. 2006. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0163443706059274>. Acesso em: 27 jul. 2022.
- KIM, Jihoon. Korean popular cinema and television in the twenty-first century: parallax views on national/transnational disjunctures. **Journal of Popular Film and Television**, [s.l.], v. 47, n. 1, p.

2-8, 2 Jan. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/01956051.2019.1562815>. Acesso em: 27 jul. 2022.

KIM, Jihoon. Perceptual realism and digital VFXs in the Korean blockbuster of the 2010s: the admiral. **Journal of Popular Film and Television**, [s.l.], v. 47, n. 1, p. 9-20, 2 Jan. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/01956051.2019.1563448>. Acesso em: 27 jul. 2022.

KIM, Molly Hyo. Film censorship policy during Park Chung Hee's military regime (1960–1979) and hostess films. **IAFOR Journal of Cultural Studies**, [s.l.], v. 1, n. 2, p. 37-50, 30 Sept. 2016. Disponível em: <https://iafor.org/journal/iafor-journal-of-cultural-studies/volume-1-issue-2/article-3/>. Acesso em: 11 jul. 2022.

KIM, Tae Young; JIN, Dal Yong. Cultural policy in the Korean wave: an analysis of cultural diplomacy embedded in presidential speeches. **International Journal of Communication**, Vancouver, v. 10, n. 1, p. 5514-5534, Jan. 2016. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/5128/1838>. Acesso em: 14 jul. 2022.

KOREAN FILM COUNCIL. About Kofic. **Koreanfilm**, Busan, 2022. Disponível: <https://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp>. Acesso em: 09 ago. 2022

KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY. **Kocca**: Korean Creative Content Agency. Los Angeles, 2021. Disponível em: <https://www.kocca.kr/en/main.do>. Acesso em: 09 ago. 2022.

KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE. **About KOFICE**. Seoul, 2022. Disponível em: http://eng.kofice.or.kr/about/about_3.asp. Acesso em: 09 ago. 2022.

KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE. **President's message**. Seoul, 2022. Disponível em: http://eng.kofice.or.kr/about/about_1.asp. Acesso em: 09 ago. 2022.

KWON, Seung-Ho; KIM, Joseph. The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave. **International Journal of Cultural Policy**, London, p. 422-439, Aug. 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286632.2013.829052>. Acesso em: 09 ago. 2022.

LEE, Joseph Tse-Hei; KOLLURI, Satish. **Hong Kong and Bollywood**: globalization of Asian cinemas. New York: Palgrave Macmillan, 2016.

LEE, Seow Ting. Film as cultural diplomacy: South Korea's nation branding through Parasite (2019). **Place Branding and Public Diplomacy**, [s.l.], v. 18, n. 2, p. 93-104, 6 Jan. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1057/s41254-020-00192-1>. Acesso em: 09 ago. 2022.

MEARSHEIMER, John J. **A tragédia da política das grandes potências**. Lisboa: Gradiva, 2001.

MERTEN, Luis Carlos. **Cinema**: entre a realidade e o artifício: diretores, escolas, tendências. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2003.

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

- 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: <http://dx.doi.org/10.1353/ach.2014.0007>. Acesso em: 09 ago. 2022.
- PENG, Weiyang. Sino-US film coproduction: a global media primer. **Global Media and China**, [s.l.], v. 1, n. 4, p. 295-311, Dec. 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2059436416683959>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- PEREIRA, Wagner Pinheiro. **O poder das imagens**: cinema e propaganda política nos governos de Hitler e Roosevelt (1933-1945). Trabalho apresentado no XXIII Simpósio Nacional de História da ANPUH, Londrina, 2005.
- RODRIGUES, Lucas da Rocha. **Soft power e economia criativa**: a indústria cinematográfica como instrumento de poder brando. Porto Alegre, 2015.
- ROSS, Miriam. Produção e distribuição do cinema indiano. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: Ásia. São Paulo: Escrituras, 2007. p. 26-48.
- SETH, Michael J. **A concise history of Korea**: from antiquity to the present. London: The Rowman & Littlefield, 2021.
- SONG, Xu. Hollywood movies and China: analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market. **Global Media and China**, [s.l.], v. 3, n. 3, p.177-194, Sept. 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2059436418805538>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- TEO, Stephen. **Chinese martial arts cinema**: the wuxia tradition. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
- TRISNI, Sofia. South Korean government's role in public diplomacy: a case study of the Korean wave boom. **Andalas Journal of International Studies (Ajis)**, Padang, v. 8, n. 1, p. 31-42, 30 May 2019. Disponível em: <http://ajis.fisip.unand.ac.id/index.php/ajis/article/view/125>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- VERRIER, Richard. China is on track to surpass U.S. as world's biggest movie market by 2017. **Los Angeles Times**, Los Angeles, 05 Nov. 2015. Disponível em: <http://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-china-growth-20151105-story.html>. Acesso em: 11 jan. 2020.
- WANG, Shujen. Distribuição de filmes na China continental. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: Ásia. São Paulo: Escrituras, 2007. p. 122-141.
- WASKO, Janet. Por que Hollywood é global? In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado: Estados Unidos. São Paulo: Escrituras, 2007. p. 30-51.
- YECIES, Brian; SHIM, Ae-Gyung. Contemporary korean cinema: challenges and the transformation of "planet hallyuwood". **Acta Koreana**, Seoul, v. 14, n. 1, p. 1-15, June 2011. Disponível em: <https://ro.uow.edu.au/artspapers/574/>. Acesso em: 11 jan. 2020.

YAN, Xuotong; XU Jin. **Sino-U.S.:** comparisons of soft power. **Contemporary International Relations**, [s.l.], v. 18, n. 2, p. 16-27, Mar./Apr. 2008.

ZANELLA, Cristine Koehler; NEVES JÚNIOR, Edson José. **As relações internacionais e o cinema:** espaços e atores transnacionais. [S.l.]: Fino Traço, 2015.

ZANELLA, Cristine Koehler; NEVES JUNIOR, Edson José. O ensino de relações internacionais e o cinema: reflexões sobre o uso de filmes como uma ferramenta pedagógica. **Meridiano 47:** journal of global studies, [s.l.], v. 18, p. 1-20, 27 Sept. 2017. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/MED/article/view/5307>. Acesso em: 11 jan. 2020.