



Universidade de Brasília
IL - Instituto de Letras
LET - Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução
Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e Sociedade da Informação

K-POP: Indústria musical sul coreana e a estratégia de exportação cultural como saída rumo a uma das maiores referências econômicas mundiais.

Maria Emília Gonçalves Cunha

Brasília, 2023.

Maria Emília Gonçalves Cunha

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução da Universidade de Brasília, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas ao Multilinguismo e à Sociedade da Informação.

Orientadora: Prof. Alessandra Matias Querido

Brasília, 2023.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Clélia Gonçalves Pimenta e Teotônio Ferreira Cunha, que sempre apoiaram e incentivaram minha vida acadêmica com muito amor e dedicação; A minha maior líder de torcida e parceira Maria Clara Gonçalves Cunha; Aos professores(as) do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas - MSI da UnB, que me acompanharam nesse processo, principalmente a Professora Alessandra Matias Querido, que me orientou e me deu todo suporte necessário para concluir este projeto e ao Professor Glauco Silva, que acreditou no meu potencial no ensino médio e me incentivou a voar cada vez mais alto pela vida acadêmica. Aos meus parceiros de curso. E a todos os meus amigos que estiveram comigo nessa caminhada.

“니 꿈을 따라가 like breaker, 무너진대도 oh 뒤로 달아나지마 never”

"Siga seus sonhos como um destemido, mesmo que tudo desmorone, oh, nunca recue, não olhe para trás.

- Tomorrow, BTS.

Resumo: O presente artigo tem por objetivo analisar o processo de desenvolvimento econômico sul coreano, com evidência em sua indústria musical que se destacou pouco tempo após a recuperação enquanto país independente, onde conseguiu um dos maiores feitos econômicos mundiais. Procura-se analisar também a influência do multilinguismo social e da abertura cultural do ocidente quanto à cultura sul coreana.

Palavras-chave: Kpop; Indústria musical; Desenvolvimento; Multilinguismo; Economia.

Abstract: This article aims to analyze the South Korean economic development process, mainly in its music industry which stood out shortly after its recovery as an independent country. Where it turned out to be one of the most outstanding economic achievements in the world, it also seeks to analyze the influence of social multilingualism and cultural openness of the West on South Korean culture.

Keywords: K-pop; Musical industry; Development; Multilingualism; Economics.

INTRODUÇÃO

A música é um elemento que marca todas as culturas ao redor do mundo. A cultura de um país é o que o distingue e representa sua identidade única, ao mesmo tempo em que estabelece conexões entre diferentes povos, independentemente de suas origens, localização geográfica ou econômica.

Neste trabalho, procura-se analisar: 1- O modo como a Coreia do Sul divulgou e expandiu sua cultura pelo mundo através da música e de que forma isso influenciou economicamente para o crescimento do país; 2- De que maneira encarar o sucesso do pop coreano mudou a visão do governo e passou a ser produto de exportação para o mercado mundial na indústria musical e 3- Como as estratégias utilizadas nesse processo ajudaram o K-pop a se tornar um fenômeno.

Vale ressaltar que neste trabalho o entendimento da relação entre língua, cultura e fatores sociais favorece a compreensão sobre a origem do K-pop e como a Coreia do Sul soube manipular esse gênero musical e transformá-lo em commodity, permitindo a desconstrução de

preconceitos e uma mudança de postura em relação à predominância monolíngue no pop majoritariamente norte americano.

DESENVOLVIMENTO

1. A Coreia do Sul e seus desafios antes do título de potência mundial.

O investimento em áreas como cultura e educação pode levar um país enfraquecido à ascensão na indústria econômica e a Coreia do Sul é um dos maiores exemplos disso. Após o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, as superpotências invadiram a Coreia e a dividiram em duas: Coreia do Sul e Coreia do Norte. Pouco antes disso, em 1910, a Coreia vivia sob uma ditadura (também uma dinastia anteriormente) comandada pelo governo japonês. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, os aliados estabeleceram planos conjuntos de ocupação dos territórios que haviam sido tomados pelo Japão, e a independência da Coreia ficou acertada.

Entretanto, após a invasão da Manchúria e a proporção norte da península pelos soviéticos, e do desembarque dos americanos em Incheon, o país foi dividido em dois na região do paralelo 38. A divisão era temporária, mas acabou sendo mantida conforme as disputas entre EUA e URSS aumentavam. Com os desentendimentos pós-guerra entre soviéticos e estadunidenses, o país continuou dividido em duas zonas de influência, seguindo-se, em 1948, a instalação de dois governos separados: um no norte, socialista, pró-soviético, e outro no sul, capitalista e influenciado pelos Estados Unidos (Faiola, A. 2019).

Em 1950, as forças armadas da Coreia do Norte invadiram a Coreia do Sul, iniciando-se a Guerra da Coreia (1950-1953). As linhas de batalha infligiram um grande número de baixas civis e causaram uma imensa destruição. Este marco ficou conhecido como um dos primeiros conflitos da Guerra Fria. Após a divisão das Coreias, ainda sob uma ditadura, agora governada por Syngman Rhee e seu governo autocrático, e a ditadura de Park Chung Hee, a República da Coreia do Sul alcançou um rápido crescimento econômico, como é abordado no livro *The Koreas*, pelo especialista em história moderna da Coreia e da Ásia Oriental, Charles Armstrong.

Ainda pela visão de Armstrong, tantas idas e vindas levaram a Coreia do Sul a começar do zero em quase tudo: na política, na cultura nacional e na economia – no pós-guerra, chegou a ser um país mais pobre que o Níger. O oriente e o ocidente tem um histórico antigo quando se trata de trocas culturais. Na culinária, danças, literatura, religião, muito mais e o que, para este trabalho é tópico principal: a música. A partir da divisão da península, a música, assim como a literatura, dividiu-se principalmente em dois tipos: a tradicional e/ou folclórica e a moderna.

Entre 1960 e 1980, sob a ditadura de Park Chung-hee, a industrialização promoveu a Coreia ao status de Tigre Asiático, como exportadora de insumos tecnológicos a preços baixos. O país finalmente começou a se projetar no mapa. Com a influência dos Estados Unidos, principalmente após a divisão das Coreias, o governo coreano percebeu que a indústria cultural podia ser incrivelmente lucrativa. Com os sucessos do cinema, a Coreia então decide se diversificar e criar o então Departamento da Indústria da Cultura em 1995. Os K-dramas, ou, novelas coreanas, foram os primeiros a evidenciar que a criação e investimento nesse departamento estava dando certo. Foram as novelas que ajudaram a conquistar o público nacional e acabaram alcançando parte do público chinês. *Contudo o maior expoente da cultura coreana ainda estava por vir: a música pop.*

2. Healthy songs: A censura durante governos ditadores e a ascensão do K-pop.

A censura de músicas durante governos ditatoriais foi uma prática comum em muitos países. Tanto no Brasil, durante a ditadura militar (1964-1985), quanto na Coreia do Sul, durante o regime autoritário (1961-1987), músicas que eram consideradas subversivas ou que criticavam o governo eram censuradas ou banidas. Essa censura era uma forma de controle da população e da cultura, além de ser uma ferramenta de propaganda do regime.

Na Coreia do Sul, a censura na indústria musical era comandada pelo ditador Park Chung Hee, 1984, que aprovava e promovia apenas músicas denominadas 건전가요 ou “*Healthy Songs*”, faixas que eram conhecidas por serem patriotas e eram aprovadas por uma espécie de

“filtro” do governo. Essas músicas apresentam mensagens positivas e encorajadoras, muitas vezes com temas de amor e amizade. Elas foram uma resposta à pressão social e acadêmica que os jovens sul-coreanos enfrentavam, e se tornaram uma forma de escapar da realidade. Através dessas músicas, o governo sul-coreano conseguiu impor uma imagem positiva do país, mostrando-o como um lugar moderno e desenvolvido, e ajudou a promover a indústria cultural do país.

Em 1992, a Coreia se deparou com um grupo que estava ganhando holofotes popularmente, Seo Taiji Boys, que foi, e é até os dias atuais, um símbolo cultural que marcou o início da inovação na indústria sul coreana, e, mostrou que o progresso cultural na história do país era possível. Além de introduzir o Hip Hop, originalmente estadunidense, que por sua vez reflete as realidades e condições sociais, econômicas, políticas e culturais vividas por afro-americanos e latino-americanos, na Coreia, foi muito criticado por ser algo inovador, mudou todo o ambiente musical do país. “Graças a eles, o que consideramos normal na cultura coreana se expandiu” diz o líder do grupo de hip hop Epik High, Tablo, para o 17º episódio do documentário Explicando, exibido pela maior rede de Streaming global, Netflix.

A estratégia de mercado usada pela Coreia agora seria encarar o K-pop, termo que surgiu na imprensa estrangeira, como *commodity*, que, de acordo com o Dicionário de Economia pela Editora Nobel, é um bem ou produto homogêneo, de origem primária ou secundária, que pode ser negociado em mercados financeiros, geralmente sem diferenciação significativa entre diferentes fornecedores. A Korea Creative Content Agency (KOCCA) informou que o valor de exportação da indústria de K-pop atingiu US\$545 milhões em 2019, demonstrando seu valor comercial. Uma figura importante nesse meio foi o empresário Lee Soo-Man, que morou nos Estados Unidos de 1979 a 1985, onde teve contato com grandes nomes e produções musicais como Madonna e Michael Jackson, e, percebeu a revolução indiscutível provocada pelos videoclipes. Soo-man agora apostaria em uma fórmula que faria sucesso desde então.

A produção cultural começou a dar mais espaço para o mercado teen. Assim com o sucesso de Seo Taiji & Boys, o K-pop começou a ter relevância e incentivou outros empresários e suas agências a investirem mais nesse ramo, como Yang Hyun-suk, um dos membros do Seo Taiji & Boys, e sua empresa YG Entertainment, Jin Young Park com JYP Entertainment. Logo

SM, comandada por Lee Soo-Man, YG e JYP se tornaram a BIG 3, três agências de talentos, produção musical, gestão de eventos, produção de shows e editoras musicais que se tornaram referência nesse meio.

Assim dá-se início a Hallyu, nome dado a sensação da “Onda Coreana” pelo mundo, K-pop como uma commodity que contribuiu significativamente para o desenvolvimento econômico da Coreia do Sul. Deu-se início na China, ganhando espaço internacional, e se espalhou pela Ásia, e fazendo surgir uma nova estratégia de disseminação internacional dos grupos: ter ídolos não só coreanos, mas de outras nacionalidades, como chineses, tailandeses e japoneses.

Segundo o doutor Kim Minsung no artigo *The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications*, publicado pelo *Journal of Indo-Pacific Affairs*, (2022), em 2016, o mesmo país que deu início ao K-pop internacionalmente, fora uma ameaça. Os EUA, para onde vão 12% das exportações do país, e cujo apoio militar é essencial para controlar as tensões na fronteira, instalaram um sistema antimísseis na Coreia do Sul, como proteção contra a Coreia do Norte. A China, por sua vez, que absorve 25% das exportações sul coreanas, se opôs, dizendo que o sistema poderia ocultar tentativas americanas de espionar a Coreia do Sul. Como punição, a China banuiu todos os produtos culturais coreanos e impôs profundas sanções ao turismo de chineses por lá, custando o total de U\$S 15 bilhões só em 2017.

Aqui um nome muito importante tomaria holofotes e ajudaria a Coreia a se reerguer depois da crise com a China: BTS. O K-pop teria perdido o maior mercado, mas a explosão do grupo no ocidente deu início a uma nova era, ou, como os próprios fãs costumam dizer “BTS pavimentou o caminho para que outros grupos fossem vistos fora da coreia também”. Entre 2018 e 2019, BTS lançou três álbuns, que chegaram ao primeiro lugar da Billboard em menos de 12 meses. O mesmo feito só tinha sido alcançado pelos Beatles - que não cantavam em coreano. Kim, H. (2018). Anexo I.

3. Soft Power: Resultados da Indústria Cultural na economia coreana

Soft power é um conceito desenvolvido pelo cientista político Joseph Nye para descrever a capacidade de influenciar e persuadir outras nações ou atores internacionais através de meios

não coercitivos, como cultura, ideias, valores e políticas. Diferente do poder duro (hard power), que se baseia na força militar ou econômica, o soft power se concentra na atração e no poder de persuasão.

Na Coreia do Sul, essa indústria representou 32,4% do PIB e emprega 25% da força de trabalho sul coreana em 2022, segundo o Korean Statistical Information Service, KOSIS, banco de dados estatísticos nacionais, operado pelo Escritório de Estatísticas da Coreia. As principais indústrias incluem a têxtil, aço, fabricação de automóveis, construção naval e eletrônica. A Coreia do Sul é o maior produtor mundial de semicondutores (Banco Mundial, 2023). Ainda sim, a exportação cultural e o soft power sul coreanos impulsionam a economia através da atração de investimentos, promoção do turismo e melhoria de sua imagem no cenário internacional. Nos últimos anos, a indústria da música pop coreana, comumente conhecida como K-pop, experimentou um crescimento significativo em seu alcance global. A indústria musical tornou-se parte integrante da economia da Coreia do Sul e gerou receitas substanciais para o país.

Ainda de acordo com Joseph Nye, o soft power, por sua vez, pode desempenhar um papel importante na diplomacia, nas relações internacionais e na política global. Ele permite que um país exerça influência e alcance seus objetivos, mesmo quando não possui um poder militar ou econômico dominante. Ao atrair e conquistar o apoio de outros atores internacionais, um país pode promover seus interesses, fortalecer suas relações bilaterais e até mesmo moldar normas e valores globais.

Países de todo o mundo têm utilizado o soft power e a exportação cultural como estratégias para expandir suas economias e promover sua imagem internacionalmente. Alguns exemplos notáveis incluem os Estados Unidos, o Japão e a América do Sul, com foco nos gêneros musicais do reggaeton, funk brasileiro e salsa. A indústria do entretenimento americana, incluindo Hollywood, música pop, séries de TV e videogames, tem sido uma fonte significativa de exportação cultural. Através de filmes, músicas e produtos relacionados, como merchandise e streaming de conteúdo, os Estados Unidos têm alcançado sucesso em diversos mercados internacionais. O Japão também tem se beneficiado da exportação cultural e do soft power para estimular sua economia com a indústria do anime, mangá e videogames japoneses que é altamente popular em todo o mundo, gerando uma base global de fãs e consumidores. Empresas

japonesas, como a Nintendo e a Studio Ghibli, alcançaram sucesso internacional com produtos que refletem a cultura japonesa. É através do reconhecimento e aproveitamento de seus ativos culturais, que os países podem alcançar sucesso econômico e fortalecer suas relações com outras nações (Hannerz, U. 1996).

Como visto anteriormente a indústria do K-pop surgiu no início dos anos 1990 e tem sido um dos principais contribuintes para a economia da Coreia do Sul. A indústria se tornou um fenômeno global, com grupos de K-pop como BTS, que é um exemplo notável da influência da abertura cultural e do multilinguismo social, que é a prática ou situação em que várias línguas são utilizadas e coexistem em uma mesma comunidade ou contexto social, de acordo com Ko. Freitag e Savedra (2016), na obra "Mobilidades e Contatos Linguísticos no Brasil" que faz parte do projeto "Políticas linguísticas: variedade, diversidade, contato e os direitos linguísticos" (edital CAPES/FAPITEC/PROMOB 06/2016). Neste caso o uso de coreano e inglês nas músicas, que conquistou sucesso mundial e uma base de fãs apaixonada. As letras de suas músicas são traduzidas em vários idiomas, permitindo que fãs de diferentes partes do mundo compreendam e se conectem emocionalmente com as mensagens transmitidas. Além disso, eles têm feito colaborações com artistas ocidentais, como Halsey, Coldplay e Steve Aoki, o que fortalece o intercâmbio cultural e cria uma ponte entre diferentes audiências. Outro exemplo é a popularidade dos reality shows e programas de variedade sul-coreanos, como "Home Alone", "Show me the money" e "Produce 101", que são legendados e disponibilizados em várias línguas, permitindo que fãs internacionais acompanhem e se envolvam com a cultura e a diversão do país.

Esses exemplos ilustram como o multilinguismo social e a abertura cultural têm desempenhado um papel crucial na disseminação e no sucesso da cultura sul-coreana além das fronteiras nacionais. Através da compreensão mútua e do compartilhamento cultural, o K-POP e outros aspectos da cultura sul-coreana têm encontrado um lugar significativo na indústria global do entretenimento, contribuindo para a posição da Coreia do Sul como uma das maiores referências econômicas e culturais do mundo. A partir do artigo de Keun Lee, *The Economic Development of South Korea: From Poverty to a Chaebol-led Economy*, a economia da Coreia do Sul vem passando por uma transformação desde a década de 1960, quando era um país agrícola pobre. O crescimento econômico do país foi notável e se tornou um dos países mais

desenvolvidos do mundo, com um PIB de US \$1,6 trilhão em 2020, de acordo com a última Consulta do Conselho Executivo do Fundo Monetário Internacional (IMF), no Artigo IV, ocorrida em 18 de março de 2022. A economia da Coreia do Sul tem sido impulsionada pelas exportações, principalmente com relação a eletrônicos, automóveis e produtos siderúrgicos.

4. K-pop como Commodity:

O K-pop se estabeleceu como uma commodity altamente rentável no cenário econômico global. Sua crescente popularidade resultou em um aumento significativo nas receitas geradas pela indústria, abrangendo áreas como vendas de álbuns, streaming de músicas, direitos autorais, merchandise e shows ao vivo. De acordo com dados do relatório de 2021 do Korean Creative Content Agency (KOCCA), uma agência governamental responsável pela supervisão e coordenação da promoção da indústria de conteúdo coreana, as exportações de produtos culturais coreanos, incluindo música e entretenimento, atingiram US \$9,3 bilhões em 2020, um aumento de 16,3% em relação ao ano anterior.

Os produtos da indústria, como música, mercadorias e shows, são vendidos em todo o mundo, gerando uma receita substancial para o país. O alcance global da indústria do K-pop foi facilitado pela internet e pelas mídias sociais, que permitiram que grupos de Kpop se conectarem com seus fãs globalmente. Esses produtos se tornaram uma fonte de renda para a economia da Coreia do Sul. Em 2019, a indústria do K-pop gerou US \$5 bilhões em receita para o país, contribuindo para o PIB do país (Lee, H., & Park, J. 2020). A indústria do K-pop também criou oportunidades de emprego, com a indústria empregando milhares de pessoas direta e indiretamente, isso inclui, idols, coreógrafos, cineastas, e assim por diante.

Outro ponto importante a ser explorado são os videoclipes de K-pop que são conhecidos por sua produção de alta qualidade, narrativas elaboradas e coreografias sincronizadas, que se destacam em comparação aos clipes de artistas de outras nacionalidades. Essa abordagem visualmente impressionante e meticulosamente coreografada ajuda a criar uma identidade distintiva para o K-pop. Os videoclipes do K-pop também desempenham um papel importante na lucratividade das empresas. Além de gerarem receita diretamente por meio de visualizações e

vendas digitais, os videoclipes servem como uma ferramenta promocional eficaz para atrair fãs e impulsionar o sucesso de um grupo ou artista (Oh, I., & Park, G. S. 2012)

Um estudo realizado pela Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE), instituição responsável pelo intercâmbio cultural internacional designada pelo Ministério da Cultura, Esportes e Turismo, em 2020 revelou que o K-pop teve um impacto positivo na economia coreana, gerando um efeito multiplicador significativo. Segundo a pesquisa, a indústria do K-pop contribuiu com cerca de 5,22 trilhões de won (aproximadamente US \$4,7 bilhões) para o PIB da Coreia do Sul em 2019. Além disso, estima-se que o setor tenha criado mais de 92.000 empregos diretos e indiretos naquele ano.

Outra pesquisa apresentada pela mesma instituição foi a de influência da Hallyu na compra ou uso de produtos e serviços coreanos. Nessa pesquisa foi perguntado aos entrevistados se a Hallyu influenciou na compra ou uso de produtos e serviços coreanos. Após terminada a pesquisa se pôde observar que houve mais respostas que sim, influenciou, do que não influenciou muito ou que não influenciou em nada. Especificamente na Ásia e Oceania, mais de 60% dos entrevistados responderam que foram influenciados, tendo assim uma nota de 3,74 na escala de 5 pontos, a maior entre as cinco regiões (Anexo II), (KOFICE, 2019). A partir desse estudo de campo e da intenção de consumo de produtos e serviços coreanos se pode observar os efeitos práticos que a Hallyu possui sobre aqueles que a consomem.

5. Desenvolvimento econômico:

Ao contrário de convicções populares, onde o K-pop é só mais um movimento de fanatismo como Beatlemania ou Bieber Fever, o sucesso do K-pop é resultado de uma estratégia bem-sucedida de exportação cultural, na qual a língua coreana desempenha um papel crucial. Segundo Youna Kim em *“The Korean Wave: Korean Media Go Global”* O aumento do interesse pela língua coreana pode ser observado através do crescente número de pessoas que buscam aprender o idioma, especialmente entre os jovens, há uma curiosidade notável em relação à cultura coreana e sua língua.

Esse interesse crescente pela língua coreana tem impactos positivos na economia da Coreia do Sul. Primeiramente, o aprendizado do idioma abre portas para oportunidades de

trabalho e negócios entre a Coreia do Sul e outros países. Empresas sul-coreanas, especialmente aquelas relacionadas à indústria do entretenimento, encontram um mercado global mais acessível devido ao aumento do número de pessoas capazes de compreender e se comunicar em coreano.

Além disso, o aprendizado da língua coreana cria uma base sólida para a expansão do turismo na Coreia do Sul. Os fãs de K-pop, em particular, são motivados a visitar o país para experimentar a cultura que tanto admiram. Isso resulta em um aumento significativo no número de turistas, impulsionando setores como hospitalidade, transporte, varejo e gastronomia.

O K-pop ajudou a diversificar a economia do país, reduzindo sua dependência de exportações tradicionais, como eletrônicos, mesmo estes sendo uma das principais fontes de renda do país. O governo coreano reconheceu o potencial econômico da indústria do K-pop e desde então continua apoiando seu crescimento, além disso, tem investido em infraestrutura para apoiar o setor, como a construção de museus de K-pop e casas de shows. Concedendo também incentivos fiscais para atrair investidores estrangeiros para o setor.

Conclusão:

A ascensão da Coreia do Sul como uma das maiores referências econômicas mundiais é um exemplo notável de como o investimento em áreas como cultura e educação pode transformar um país enfraquecido em uma potência global. A história da Coreia do Sul, desde a sua divisão após a Segunda Guerra Mundial até os desafios enfrentados durante a Guerra da Coreia, demonstra a resiliência e determinação do país em superar adversidades.

A indústria musical sul-coreana, conhecida como K-pop, desempenhou um papel fundamental nesse processo de transformação. A estratégia de exportação cultural adotada pelo governo sul-coreano permitiu que o K-pop se tornasse uma commodity de sucesso e contribuísse significativamente para o crescimento econômico do país. Através do uso do multilinguismo social e da abertura cultural, o K-pop conquistou fãs ao redor do mundo e possibilitou uma maior compreensão e apreciação da cultura sul-coreana. A disponibilização de legendas e traduções em diferentes idiomas facilitou a conexão emocional dos fãs com as mensagens transmitidas nas letras das músicas.

Além disso, a colaboração com artistas ocidentais e a presença do K-pop em programas de TV internacionais permitiram que a cultura sul-coreana fosse apresentada de forma autêntica e alcançasse um público mais amplo. O grupo BTS, em particular, desempenhou um papel crucial na disseminação do K-pop pelo mundo, pavimentando o caminho para o reconhecimento global de outros grupos e artistas sul-coreanos. A indústria cultural sul-coreana, incluindo o K-pop, tornou-se um importante setor econômico, representando uma parcela significativa do PIB do país e empregando uma grande parte da força de trabalho sul-coreana. Além disso, o uso do soft power, por meio da influência cultural, tem ajudado a melhorar a imagem da Coreia do Sul no cenário internacional, atraindo investimentos e impulsionando o turismo.

Em suma, a estratégia de exportação cultural adotada pela Coreia do Sul, com foco no K-pop, mostrou-se bem-sucedida e contribuiu para o desenvolvimento econômico do país. O caso da Coreia do Sul serve como um exemplo inspirador de como o investimento na indústria cultural e o uso do soft power podem impulsionar a economia e elevar a posição de um país no cenário global. A Coreia do Sul continua a ser uma fonte de inspiração para outros países que buscam explorar seu potencial cultural como um meio de alcançar o crescimento econômico e a projeção internacional. Os resultados dessa pesquisa demonstram a importância econômica do K-pop e seu potencial de crescimento contínuo. Com o aumento da popularidade do gênero e a expansão do mercado global, espera-se que as receitas e o impacto econômico do K-pop aumentem ainda mais nos próximos anos.

Bibliografia

Armstrong, C. K. The Koreas. Asian History. 2017. Livro.

Banco Mundial. (2023). World Development Indicators. Recuperado de <https://data.worldbank.org/country/KR>

Chang, Y., & Lee, S. (2019). A Study on the Economic Effect of the K-pop Industry. Journal of Business Economics and Environmental Studies, 10(1), 61-68.

- Choi, J. W., & Lee, Y. J. (2021). The economic impact of K-pop: Evidence from South Korea. *International Journal of Music Business Research*, 10(1), 34-52.
- Epstein, S. (2018). *K-Pop Idols: Popular Culture and the Emergence of the Korean Music Industry*. Temple University Press.
- FREITAG, Raquel Meister Ko.; SAVEDRA, Mônica Maria Guimarães (org.). *Mobilidades e Contatos Linguísticos no Brasil*. São Paulo: Editora XPTO, 2016.
- Fundo Monetário Internacional (IMF). Relatório da Consulta do Conselho Executivo, Artigo IV, 18 de março de 2022.
- Hannerz, U. (1996). *Transnational Connections: Culture, People, Places*. Routledge.
- Jung, S. H. (2019). The economic impact of K-pop in Korea. *The Journal of Media Economics*, 32(1), 1-14.
- Jung, S. (2014). K-Pop Lyrics in Multiple Languages: Transnational Identifications of Korean Youth Culture. *Journal of Youth Studies*, 17(9), 1159-1174.
- Kang, M., & Kim, B. (2021). K-pop's global success and South Korea's economic growth. *Asian Journal of Comparative Politics*, 6(2), 113-130.
- Kim, E. (2018). Healthy songs in South Korea: An analysis of the music and lyrics. *Journal of Popular Culture*, 51(1), 114-131.
- Kim, H. (2018). The Globalization of K-Pop: Local and Transnational Articulations of South Korean Popular Music. *Journal of Popular Music Studies*, 30(3-4), 59-73.
- Kim, Minsung. The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications. *Journal of Indo-Pacific Affairs*, Air University Press, 31 de outubro de 2022. Disponível em: <https://www.airuniversity.af.edu/JIPA/Display/Article/3212634/the-growth-of-south-korean-soft-power-and-its-geopolitical-implications/>
- Korea Creative Content Agency (KOCCA). (2021). Global K-Culture Report 2021. Retrieved from <http://kpopculture.org>
- Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE). (2020). The Economic Impact of Hallyu in Korea 2019. Retrieved from <https://www.kofice.or.kr>

Korean Statistical Information Service (KOSIS). (2022). Estatísticas econômicas. Recuperado de <https://kosis.kr/eng/>

Lee, Keun. (2016). The Economic Development of South Korea: From Poverty to a Chaebol-led Economy.

Lee, H., & Park, J. (2020). Economic Impact Analysis of Hallyu and K-pop Industry in Korea. *Sustainability*, 12(21), 8762.

Melo, J. C. P. (2020). *Dicionário de Economia: Comércio, Finanças, Economia e Negócios*. Editora Nobel.

Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153-171.

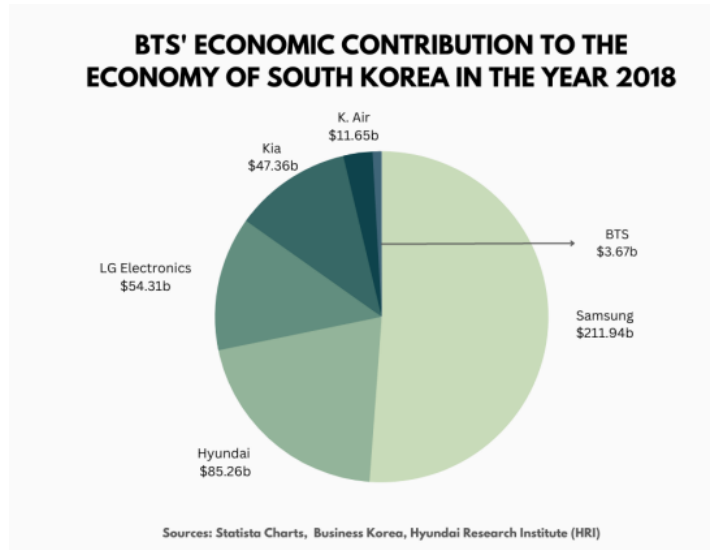
Oh, I., & Park, G. S. (2012). From B2C to B2B: Selling Korean pop music in the age of new social media. *Korea Observer*, 43(3), 365-397.

Ribeiro, M. (2013). Música e censura no Brasil e na Coreia do Sul: Regimes ditatoriais e suas marcas culturais. *Revista de Estudos Internacionais*, 4(2), 55-78.

Yang, S. (2009, November 26). Korea aims for tourism powerhouse in Asia by 2020 . *The Korea Herald*, p. 1. Retrieved November 18, 2010, from the LexisNexis database.

Anexo I

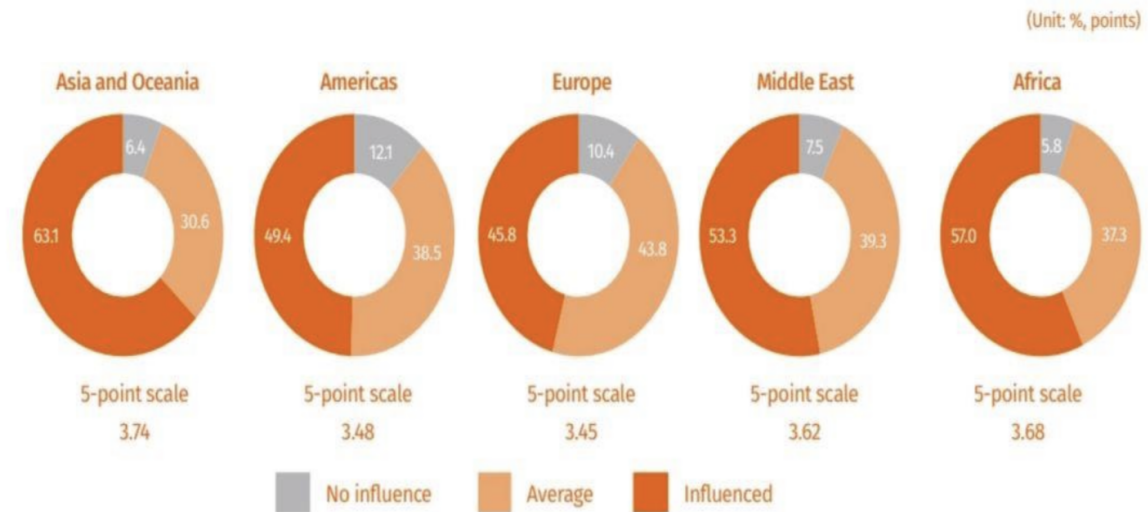
Gráfico sobre a influência do grupo sul coreano BTS para a economia Sul Coreana no ano de 2018



Fonte: Instituto de pesquisa Hyundai (HRI)

Anexo II

Gráfico sobre a influência da Hallyu na compra de produtos e serviços coreanos



Fonte: Global Hallyu Trends 2021