

O PERFIL DOS PARTICIPANTES DE EVENTOS RELACIONADOS A CULTURA COREANA NA CIDADE DO RECIFE.

ADRINY MONIQUE FERNANDES FERREIRA

IZABELA NASCIMENTO SALES

MARIA HELENA CAVALCANTI DA SILVA BELCHIOR (ORIENTADORA)

Resumo

A cultura coreana vem se expandindo pelo globo através dos anos, trazendo diversas mudanças para o setor cultural internacional. Se vê um aumento da presença de produções coreanas da televisão, cinema e mais expressivamente na música. Com os olhos do mundo voltados para o país, a Coreia do Sul vem usando de seu *Soft Power* para conquistar cada vez mais espaço. Deste modo, o objetivo deste artigo é abordar o perfil dos participantes de eventos relacionados à cultura coreana na cidade do Recife. Buscou-se entender as características e motivações dessas pessoas, o que desejam ver em eventos futuros e quais aspectos da cultura coreana mais chamam sua atenção. No que diz respeito aos procedimentos metodológicos optou-se pelo uso de métodos quantitativos, aplicação de formulário eletrônico além de se recorrer a fontes bibliográficas, revistas e artigos que abordavam a expansão da cultura coreana e seus impactos no setor de eventos. Este estudo destaca o crescente apelo global da cultura coreana, observando seu poder de atrair um público diversificado e comprometido. A presença cada vez maior de produções coreanas na televisão, cinema e música,

juntamente com os esforços ativos de promoção do país, tem contribuído para a disseminação dessa cultura e para o fortalecimento dos laços culturais entre a Coreia do Sul e outras nações. Por meio de eventos culturais, o país reforça sua imagem internacional e fomenta a compreensão mútua entre diferentes culturas. Neste contexto, a cidade do Recife e seus habitantes têm demonstrado receptividade à cultura coreana, revelando um interesse genuíno por suas expressões artísticas e tradições.

Palavras-chave: Cultura coreana, eventos, *Hallyu*, Coréia do Sul.

THE PROFILE OF PARTICIPANTS IN EVENTS RELATED TO KOREAN CULTURE IN THE CITY OF RECIFE.

Abstract

Korean culture has been expanding across the globe over the years, bringing several changes to the international cultural sector. There is an increase in the presence of Korean productions on television, cinema and more significantly in music. With the eyes of the world focused on the country, South Korea has been using its Soft Power to gain more and more space. Therefore, the objective of this article is to address the profile of participants in events related to Korean culture in the city of Recife. We sought to understand the characteristics and motivations of these people, what they want to see in future events and which aspects of Korean culture most attract their attention. With regard to methodological procedures, we opted for the use of quantitative methods, application of an electronic form in addition to resorting to bibliographic sources, magazines and articles that addressed the expansion of Korean culture and its impacts on the events sector. This study highlights the growing global appeal of Korean culture, noting its power to attract a diverse and committed audience. The increasing presence of Korean productions in television, cinema and music, along with active efforts to promote the country, has contributed to the spread of this culture and the strengthening of cultural ties between South Korea and other nations. Through cultural events, the country reinforces its international image and fosters mutual understanding between different cultures. In this context, the city of Recife and its inhabitants have demonstrated receptivity to Korean culture, revealing a genuine interest in its artistic expressions and traditions.

Keywords: Korean culture, events, *Hallyu*, South Korea.

1. INTRODUÇÃO

A popularização da cultura coreana tem se tornado um fenômeno global, influenciando diversos aspectos da sociedade contemporânea. A chamada *Korean Wave*, é um termo que descreve esse fenômeno cultural transnacional originário da Coreia do Sul (ALMEIDA, 2020). A *Korean Wave* abrange o fluxo de produtos culturais sul-coreanos, como programas de televisão, música, cinema, gastronomia, estética, literatura, idioma, turismo e celebridades, que têm conquistado o cenário global (KIM, 2015). Esse fenômeno teve início durante a década de 1990 e se consolidou como um importante setor de exportação cultural para a Coreia do Sul a partir de 1997, com destaque inicialmente na China (KIM, 2015). A disseminação da cultura pop sul-coreana através dos meios de comunicação direcionou o interesse do público internacional para diferentes vertentes da cultura sul-coreana, como gastronomia, literatura, estética e o próprio idioma. (URBANO, 2020)

Uma das principais propagandas da cultura sul coreana tem sido o *K-pop*. E, essa indústria musical sul-coreana tem desempenhado um papel central na popularização da cultura coreana em escala global. Grupos e artistas de *K-pop*, como o BTS, alcançaram enorme visibilidade e sucesso ao redor do mundo, despertando debates e discussões sobre a influência cultural da Coreia do Sul (MARTINS, 2022). O país tem se destacado não apenas pela música, mas também por seu crescimento econômico e ascensão como uma potência entre os países asiáticos (SANTANA e col, 2021).

A influência abrangente da cultura sul-coreana, conhecida como *Hallyu*, e seus impactos significativos no país são notáveis. Para ilustrar seu alcance global nas últimas décadas, podemos destacar alguns dos principais expoentes das várias formas de mídia sul-coreana. No cenário do *K-pop*, grupos renomados como BTS, Black Pink e o artista solo Psy, famoso pelo sucesso global "*Gangnam Style*", conquistaram uma presença crescente nas rádios e nas apresentações ocidentais (NYE e col 2019).

No campo do cinema em 2020, "Parasite" ganhou o Oscar de Melhor Filme, e Bong Joon-ho foi premiado como Melhor Diretor em, consolidando a influência do cinema

sul-coreano no cenário internacional. Além disso, nas séries, o sucesso mundial de "Round 6", da Netflix, bateu recordes de audiência (CANQUERINO, 2021).

Essa expansão da *Hallyu* nas últimas décadas também teve um impacto econômico significativo na Coreia do Sul, impulsionando a economia criativa. O *K-pop*, por exemplo, contribui com cerca de 10 bilhões de dólares anualmente para o país, com o grupo BTS sozinho, gerando cerca de 5 bilhões de dólares por ano. Entre 2014, quando o grupo estreou, e 2020, estima-se que o BTS tenha gerado uma receita acumulada de aproximadamente 47 bilhões de dólares, de acordo com o professor Kim Seiwan da Ewha Womans University (NYE e col 2019).

Em 2020, a música "Dynamite", lançada pelo grupo, não apenas alcançou sucesso mundial, mas também contribuiu para a criação de aproximadamente 7.928 novos empregos, de acordo com o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul. (QUEIROGA, 2020) Isso foi especialmente relevante em meio à pandemia de COVID-19. Além disso, as exportações de álbuns e vídeos físicos de *K-pop* somaram impressionantes 170 milhões de dólares entre janeiro e novembro de 2020, com o Japão liderando as importações, seguido pelos Estados Unidos e pela China, de acordo com dados do Korea Customs Service (CHUNG, 2021).

A Coreia do Sul foi capaz de cada vez mais expandir a sua cultura através do globo. Ambientes anteriormente tomados por produções estadunidenses se viram lidando com uma nova cultura, novos nomes e uma nova diversidade tanto na música quanto no cinema e televisão. Dessa forma, a Coreia do Sul se tornou um dos maiores exemplos de nações que usam o Soft Power a seu favor, levando quase todos os países do globo a consumirem a sua cultura (MONGAN et al, 2022).

O *Soft Power* é uma abordagem que se refere ao poder de influência de um país através de sua cultura, valores e ideias, em contraste com o poder militar ou econômico (BALLERINI, 2017). A música popular sul-coreana, o *K-pop*, tem sido um instrumento central para a projeção do *Soft Power* da Coreia do Sul, quebrando barreiras linguísticas e atraindo a atenção de pessoas de diferentes países, inclusive aqui no Brasil. Ao adquirirem conhecimento sobre o *Hallyu*, as pessoas invariavelmente desenvolvem um autêntico interesse em aprofundar seu entendimento da rica cultura sul-coreana. Os entusiastas buscam ativamente participar de eventos locais que proporcionem uma

imersão nas diversas facetas dessa cultura, abrangendo campos como moda, gastronomia, dança e música (SANTANA, 2018).

Esse envolvimento orgânico tem o efeito cumulativo de disseminar a *Hallyu* e, conseqüentemente, a cultura coreana em todo o mundo. Um exemplo notável desse fenômeno pode ser observado em Recife, onde eventos como o Festival da Coreia, evento realizado pela Escola de Língua Coreana de Recife e parceira com a Embaixada da Coreia. O Festival da Coreia contou com mais de 3,5 mil pessoas na edição de 2015, em 2016 mais de cinco mil, em 2017 mais de 7 mil e 800 pessoas e mais de onze mil em 2018, conquistaram um grande número de adeptos da cultura sul-coreana em várias edições de sucesso. Além disso, eventos focados no *K-pop*, como o *BTS DAY* e o *KPOP* Rio Mar, se estabeleceram como referências na capital pernambucana. Através dessas iniciativas, há uma ampla divulgação e celebração desse país asiático tão dinâmico (LOPES, 2022).

A partir desta contextualização e visando responder à questão norteadora da pesquisa “Qual o perfil dos participantes de eventos relacionados à cultura sul coreana na cidade do Recife?”, tem-se o objetivo central do estudo, voltado a identificar o perfil dos participantes de eventos relacionados à cultura coreana na cidade do Recife. A pesquisa justifica-se pela necessidade e interesse em compreender como a capital pernambucana vem recebendo os diversos eventos voltados para o público amante da cultura sul coreana, entendendo também o que o público desses eventos têm em comum, o que desejam e esperam.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para atingir os objetivos deste artigo, buscou-se na literatura aspectos sobre a cultura coreana. Em seguida, apresenta-se o contexto histórico da onda *Hallyu* e a sua chegada ao Brasil. Logo após é discutido como a popularização da *Hallyu* influencia na demanda de eventos.

2.1 Breve Contextualização da Cultura Coreana

A Coreia do Sul, também denominada como República da Coreia, é um país localizado na Ásia Oriental com uma população de pouco mais de 51 milhões de habitantes e com a extensão territorial equivalente à do estado de Pernambuco (MONTEIRO, 2018). Sua história é rica e complexa, marcada por guerras, conflitos políticos e uma rápida transformação econômica e social (KIM, 2023).

Após a Segunda Guerra Mundial, a Coreia foi dividida em duas partes, com o Norte sendo governado por um regime comunista e o Sul sendo governado por um governo democrático pró-ocidental. Na década de 1950, a Coreia do Sul enfrentou uma guerra civil devastadora, que resultou na morte de milhares de pessoas e na divisão permanente da Coreia. A economia do país também foi prejudicada, com muitas áreas prejudicadas e a infraestrutura destruída. No entanto, a partir da década de 1960, a Coreia do Sul começou a se recuperar, adotando políticas econômicas centradas na exportação e na industrialização.

Essa política, também chamada de política da modernização resultou no chamado "Milagre do Rio Han" que impulsionou a economia e elevou o padrão de vida da população (MOON, 2019). Nos anos seguintes, a economia coreana cresceu rapidamente, tornando-se um dos países mais desenvolvidos e industrializados do mundo. Esse avanço foi impulsionado por empresas líderes como a Samsung e a Hyundai, além de uma força de trabalho altamente qualificada e motivada (KIM, 2023).

No entanto, o crescimento econômico não veio sem custos, com muitos sul-coreanos protestando contra as condições de trabalho precárias e a falta de liberdade política (SONG, 2017). Na década de 1980, a Coreia do Sul começou a se tornar mais democrática, com eleições livres sendo realizadas e a liberdade de imprensa sendo gradualmente concedida (KIM, 2023).

Hoje, a Coreia do Sul é uma das principais potências econômicas do mundo, com uma sociedade altamente desenvolvida e moderna. No entanto, a história do país continua a moldar sua identidade e influenciar sua cultura e política. A cultura coreana é uma rica mistura de tradições antigas e modernidade, com valores fundamentados em respeito, harmonia e coletivismo (KIM, 2015). Com mais de cinco mil anos de história, a cultura

coreana possui uma forte identidade própria, influenciada por países vizinhos como China e Japão. Foi a partir da crise dos Tigres Asiáticos, segundo Kim (2008), que a Coreia do Sul adotou uma postura mais capitalista e passou a ter um maior espaço para a indústria cultural, investindo na cultura, novelas, músicas, jogos, produtos de beleza e filmes. Desde então, os governos sul-coreanos seguintes mantiveram incentivos diversos, incluindo financeiros, para a indústria cultural sul-coreana e para as exportações culturais do país, tornando-se um meio para acender a economia e propagar a cultura sul-coreana pelo mundo. Com uma cultura rica e repleta de variedades de elementos, a cultura coreana tem ocupado um grande espaço no mercado mundial e isso graças, por grande parte, ao *Hallyu* (KIM, 2008). O *Hallyu*, veio desse incentivo, comenta Monteiro (2014)

O fenômeno Onda Coreana é consequência desse momento político e economicamente favorável para o desenvolvimento de tais vertentes na Indústria Cultural sul-coreana, que se deu na década de 1990. E, também, do Hibridismo Cultural que, através da soma de influências culturais externas com as tradições originalmente nacionais, reinventou a identidade da Coreia do Sul nas últimas duas décadas. (MONTEIRO, 2014, p. 24).

Esse termo foi criado na China, em 1999, por jornalistas de Beijing, para descrever o grande crescimento da cultura sul-coreana, que começou no leste asiático e se alastrou por todo o globo a partir de 2010, com ajuda das redes sociais. Desde então tem se expandido com a exposição de vários elementos da cultura sul-coreana no mundo (MONTEIRO, 2014)

Um dos aspectos mais notáveis da cultura coreana é sua ênfase na harmonia e no respeito pelas relações interpessoais. A cultura coreana enfatiza a importância do bem-estar da comunidade em detrimento do indivíduo, o que se reflete em muitas áreas da vida, desde as relações pessoais até a política (KIM, 2023). Outro aspecto importante da cultura coreana é a culinária. Sua gastronomia é conhecida pela variedade de pratos saudáveis e saborosos, como o kimchi, bibimbap e bulgogi. Além disso, a moda e o estilo também são muito valorizados na cultura coreana, com o *K-pop* e a moda *K-fashion* se tornando populares em todo o mundo. De acordo com Kim (2008), o *K-pop* foi um grande vetor para conectar o mundo com a Coreia do Sul, sempre lançando tendências, é uma

indústria que não para de crescer, em 2005, a indústria cultural já totalizava 6.65% do Produto Interno Bruto do país (YANG, 2007). Em 2014 a exportação de conteúdo da indústria da música aumentou em 21,0% em relação ao ano anterior, e a taxa média anual de crescimento do *K-pop* foi de 41,7%. Além disso, as exportações totais de conteúdo totalizaram US\$ 5.273,32 milhões com um aumento médio anual de 13,4% de 2010 a 2014 (CHAE, 2014). A religião também desempenha um papel significativo na cultura coreana, com o budismo e o cristianismo sendo as religiões predominantes. A arte e a arquitetura coreanas também são influentes, com as tradições antigas como a cerâmica e a pintura sendo celebradas até hoje (KIM, 2013).

2.2 Soft Power

Além do momento econômico favorável na Coreia do Sul, o que de fato ajudou a impulsionar a cultura coreana por meio do Hallyu foi o *soft power*. O *soft power* é um conceito importante na política e nas relações internacionais, criado pelo acadêmico e cientista político Joseph Nye em meados da década de 1990. O conceito refere-se à capacidade de um país de influenciar e moldar as atitudes e o comportamento de outros países por meio de meios não coercitivos, como cultura, diplomacia, educação, valores, ideias e atração cultural (NYE, 1990). É importante notar que o *soft power* não é uma forma única e direta de influência, mas sim uma estratégia de longo prazo que se baseia na atração e na persuasão. O uso eficaz do *soft power* pode ajudar um país a construir relacionamentos positivos com outros estados, melhorar sua imagem global e alcançar objetivos políticos e econômicos sem recorrer à força militar ou econômica direta e a Coreia do Sul é um exemplo notável de como essa estratégia pode ser aplicada com sucesso (SERNAGIOTTO, 2021).

A Coreia do Sul se destacou como uma nação que utilizou seu *soft power* de maneira eficaz. A cultura sul-coreana, incluindo o *K-pop*, *K-drama*, cinema, moda e culinária, se espalhou pelo mundo, conquistando seguidores apaixonados em diversas partes do globo. Esse fenômeno cultural é muitas vezes referido como onda coreana e é um exemplo claro do *soft power* sul-coreano em ação (SOUZA, 2022). Para Nye (1990) o poder de atração de um país depende de três fatores principais: cultura e valores;

diplomacia cultural e *soft power* e identidade nacional. A Coreia do Sul promove sua cultura e valores, como a busca pela excelência, a ênfase na família e a tradição, por meio de suas produções culturais. Esses elementos ressoam com públicos em todo o mundo, criando uma imagem positiva da Coreia do Sul que tem investido significativamente na promoção da cultura sul-coreana no exterior. Isso inclui apoio financeiro a empresas de entretenimento, instituições educacionais e programas culturais que ajudam a difundir a cultura sul-coreana pelo mundo.

Nos últimos anos, o orçamento cedido pelo Estado sul-coreano em favor dos estímulos às diversas indústrias culturais nacionais, aos intercâmbios e exportações culturais, e ao turismo cultural sofreram aumentos constantes, sendo que no ano de 2021 o Ministério de Economia e Finanças do país separou o montante de 696,1 bilhões de won (ou 584,8 milhões de dólares) como orçamento anual em benefício da “onda coreana”, um aumento de 42.7% em relação a 2020. (Sergianotto, 2021. p. 10)

O sucesso da Coreia do Sul em projetar seu *soft power* contribuiu para a construção de uma identidade nacional positiva e uma imagem internacional forte. Isso, por sua vez, fortaleceu as relações diplomáticas e comerciais do país. A Coreia do Sul também usou sua diplomacia cultural para promover a língua coreana, o turismo e as iniciativas de intercâmbio educacional, criando laços mais profundos com outros países e regiões (BILLING E SILVA, 2022). Portanto, a Coreia do Sul é um exemplo claro de como usar do *soft power*, valores e diplomacia cultural para influenciar e atrair outros atores globais. O sucesso do *soft power* sul-coreano fortaleceu sua imagem global, mas também contribuiu para seu crescente impacto econômico e diplomático no cenário internacional.

2.3 Eventos Culturais

A cultura tem sido um elemento central de entretenimento e expressão desde tempos imemoriais, e os eventos culturais desempenham um papel crucial nesse contexto. Os eventos culturais são ocasiões cuidadosamente organizadas com o propósito de celebrar, promover e compartilhar aspectos da cultura de uma comunidade, desempenhando um

papel fundamental na consolidação da identidade de um grupo étnico ou nação (Getz, 2004). Segundo Rodrigues (2012), esses eventos precisam ser concebidos de forma a serem únicos, proporcionando experiências singulares aos participantes, com ênfase predominante em elementos artísticos e comunitários manifestados nas atividades do evento.

Essas atividades têm como objetivo reunir pessoas para apreciar e vivenciar uma ampla variedade de manifestações culturais, como música, dança, arte, gastronomia, artesanato e patrimônio histórico, entre outros elementos culturais significativos. A escala dos eventos culturais pode variar desde celebrações locais até festivais nacionais ou internacionais de grande porte. Alguns exemplos comuns incluem festivais de música, exposições de arte, feiras culturais, concertos, apresentações teatrais, desfiles e conferências culturais. A atração singular desses eventos reside no fato de que são meticulosamente planejados e executados para proporcionar uma experiência única aos participantes, sendo que cada edição é única, mesmo que haja várias (Marujo, 2015).

Além de seu valor intrínseco no contexto cultural, esses eventos também desempenham um papel crucial no desenvolvimento do turismo, caracterizando-se como turismo de eventos (Rodrigues, 2012). Sob essa designação, os eventos culturais conseguem não apenas enriquecer a experiência dos turistas, mas também impulsionar a economia local e toda a sua cadeia produtiva, atraindo visitantes interessados nesse nicho específico.

Por meio dos eventos culturais, as comunidades podem preservar suas tradições e identidade cultural, ao mesmo tempo em que compartilham sua riqueza cultural com o mundo. Essas atividades desempenham um papel fundamental na promoção do turismo cultural, atraindo visitantes que buscam experiências autênticas e enriquecedoras. Além disso, contribuem de maneira significativa para a economia local, gerando empregos, aumentando a arrecadação de impostos e estimulando o comércio local, consolidando-se assim como um componente vital da vida cultural e econômica de uma região.

2.4 O *Hallyu* no Brasil

O *Hallyu* é um termo criado em 1990 por jornalistas chineses para caracterizar o fenômeno da ascensão da cultura coreana no país. Manifestação essa que veio através

de um drama coreano que estava em alta naquele momento, o “*What is Love?*” (MONTEIRO, 2014). O termo também foi usado no Japão após uma situação parecida, mas o drama da vez era o “*Winter Sonata*” que foi ao ar no país em 2003, fazendo a Coreia do Sul ter uma real percepção do grande potencial que os produtos vindos de sua cultura tinha como um instrumento econômico e principalmente diplomático devido ao passado conturbado entre os países (SHIM, 2008; MONTEIRO, 2018).

Antes da *Hallyu*, o país sul-coreano era visto de forma simples ou estereotipada, mas após a difusão do fenômeno, passou a ter uma imagem positiva, no qual ajudou países asiáticos a aceitarem e se identificarem através das suas adaptações, reinterpretações e misturas culturais (MADUREIRA, 2018. p.33)

Esses são considerados os primeiros produtos da Onda Coreana, inicialmente no continente asiático e alcançando o mercado ocidental a partir dos anos 2010.

De acordo com Monteiro (2018) o fenômeno *Hallyu* foi dividido em duas partes, o *Hallyu* 1.0 e o *Hallyu* 2.0. O primeiro baseia-se na popularização da cultura cinematográfica coreana através de seus dramas, tendo um caráter mais regional, focando apenas nas regiões do Leste e Sudeste Asiático para uma aproximação diplomática. Sendo a primeira fase desde o início do fenômeno até a expansão global. A segunda fase ou *Hallyu* 2.0 é o que está sendo vivenciado agora, o *K-pop* um dos maiores vetores para a popularização da cultura coreana no mundo com ajuda da internet ou web 2.0, através de redes sociais e Youtube. É o *K-pop* que apresenta os dramas coreanos ao seu público cada vez maiores e mais distantes, movimentando também a economia do país, como destaca Souza (2022), o maior grupo masculino de *K-pop* *BTS* responde por US \$ 4,65 bilhões do PIB da Coreia do Sul. A partir desse momento a cultura coreana tomou uma enorme proporção, tornando-se visível e cada vez mais incorporada em pequenos grupos da sociedade por todo o mundo.

Além do *K-pop*, os filmes e séries coreanas também tomaram o gosto da população mundial, a produção cinematográfica *Parasita* dirigida por Bong Joon Ho foi um fenômeno em todo o globo, ganhando várias premiações e entre elas quatro Oscars de melhor filme, melhor direção, melhor roteiro e melhor filme internacional em 2020 (KIM, 2021).

No Brasil não foi diferente, o primeiro contato com a cultura coreana no país se deu no ano de 1963 quando imigrantes coreanos chegaram ao Brasil, mais precisamente no bairro do Bom Retiro em São Paulo, bairro esse que carrega a identidade coreana e o apelido de “*Little Seoul*” pelos locais, propagando e promovendo a imersão cultural até os dias atuais. (PRENSA, 2021). O bairro do Bom Retiro hoje é um exemplo dessa diplomacia cultural entre a Coreia do Sul e o Brasil, sendo o primeiro contato com a cultura coreana no Brasil. O desenvolvimento da Web. 2.0 e mídias sociais também auxiliaram para essa difusão dos produtos vindos da cultura pop coreana. Segundo Madureira (2018), o *Hallyu* chegou oficialmente em solo brasileiro no ano de 2011 quando o grupo de *K-pop* MBLAQ foram convidados para participarem como jurados em um evento de covers de *K-pop*, o “K-pop Cover Dance Festival” que aconteceu em São Paulo. O evento foi de extrema importância, através dele foi possível constatar a enorme base de fãs de *K-pop* no Brasil. Porém, foi em 2012 quando o clipe musical *Gangnam Style* cantado e estrelado pelo cantor coreano *Psy* fez a sua estreia mundial e chamou atenção para sua autenticidade e também para a Coreia do Sul. De acordo com a Korean Culture Center do Brasil (2018) “a canção foi o primeiro título de *K-pop* a alcançar o primeiro lugar no British Official Singles Chart, ficou em 2º lugar no Hot 100 da Billboard nos Estados Unidos e também liderou as paradas em mais de 30 países, incluindo França, Alemanha, Itália, Espanha, Rússia, Canadá e Austrália. O vídeo no Youtube foi assistido por mais pessoas do que qualquer outro, com mais de 3 bilhões desde que o clipe foi lançado em 15 de julho de 2012” . Logo após o número de shows de *K-pop* no Brasil teve um crescimento notável até que em 2019 o grupo *BTS* lotou o Allianz Park em São Paulo com um total de 89 mil pessoas nos dois shows que o grupo realizou no país naquele ano. (SILVA E FARIAS, 2021).

O período entre 2020 a 2021 foram anos bastante conturbados por todo o mundo, a população mundial sofreu as consequências da pandemia do Covid-19 e uma delas foi o isolamento. Esse momento, apesar das circunstâncias, foi de grande visibilidade para a cultura coreana no Brasil e se deu através da plataforma de streaming de filmes e séries, a Netflix. Segundo Monteiro (2022) são mais de 200 títulos disponíveis na plataforma. A Netflix investiu U\$ 500 milhões em produções de *K-dramas* e o grande sucesso do drama *Round 6* decorreu desse investimento, popularizando ainda mais a cultura coreana no

país e no mundo (PRENSA, 2021). Durante esse período foi realizada uma pesquisa pela Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional com 8,5 mil pessoas ao redor do mundo e apontou que o Brasil foi o terceiro país do mundo com maior aumento de audiência de dramas coreanos (MARQUES, 2021; SOUZA, 2022). O Brasil é um marco de extrema importância para o avanço da cultura coreana por sua localização geológica, estando do outro lado do mundo o país é uma prova concreta que a onda *Hallyu* é um fenômeno global com a capacidade de penetrar em vários nichos da sociedade. Esses dados nos ajudam a entender o crescimento da cultura coreana no país que está em constante ascensão.

2.5 Influência do *Hallyu* nos Eventos no Brasil

A cultura coreana tem ganhado cada vez mais espaço e influência no mundo todo, inclusive no Brasil. A popularidade da cultura pop coreana tem crescido significativamente no mundo todo nas últimas décadas, influenciando diversos aspectos da vida cotidiana, como a moda, a música, a televisão e o cinema, segundo Kim (2021). Essa influência tem se expandido também para o mercado de eventos, com o surgimento de festivais, shows e convenções voltados para o público interessado na cultura coreana. No Brasil, a influência da cultura coreana tem sido cada vez mais percebida, especialmente entre os jovens. Segundo dados da plataforma de streaming de música Spotify, o Brasil é um dos países com maior número de ouvintes de *K-pop* no mundo (SPOTIFY, 2021).

A vinda do grupo *MBLAQ* ao Brasil em 2011, como tratado no capítulo anterior, foi um grande marco pois foi a primeira vez que um grupo de *K-pop* veio ao país com apoio e suporte da mídia sul-coreana. Foi nesse momento fundamental que ficou clara a existência da demanda para esse tipo de evento, reunindo mais de 14 mil pessoas na Avenida Paulista, ultrapassando a capacidade e o limite permitido para participar do concurso. A empresa *Cube Entertainment* foi a pioneira a trazer seus artistas para fazer shows em solo brasileiro ainda no ano de 2011 e não demorou muito para que, após o sucesso desse evento em particular, outros grupos de *K-pop* e artistas do gênero comesçassem a vir ao Brasil para realizar shows e eventos com o apoio crucial do governo sul-coreano (MADUREIRA, 2018). Em 2012 o Korea Foundation for International Culture

Exchange (KOFICE) e o Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul realizaram o “2k13 Feel Korea”, evento realizado em 2013 em comemoração aos 50 anos da imigração coreana no Brasil, contando com a participação de artistas coreanos sendo eles: *Kim Hyun Joong*, *Ailee* a dupla *Baechigi* e o grupo humorístico Ongals (KOME-WORLD, 2013). Com a Copa do Mundo em 2014 o Brasil ficou em evidência sendo palco também do festival *Music Bank*¹, um festival coreano que acontece desde 2011 que apresenta uma lista de artistas diversificados a cada edição, chegou ao Brasil em 2014 trazendo alguns grupos e artistas coreanos entre eles o famoso grupo *SHINee*. O evento ocorreu na cidade do Rio de Janeiro com um público de 8 mil pessoas na, atualmente, Jeunesse Arena (BARBOSA, 2022). O maior grupo masculino de *K-pop*, *BTS*, realizou shows no Brasil entre os anos de 2014, 2015, 2017 e 2019 e a cada show o número de fãs cresceram gradativamente, fazendo com que o grupo realizasse seu último show em solo brasileiro no estádio Allianz Parque em São paulo para um público de 89 mil pessoas que os acompanharam durante os dois dias de performance (SILVA E FARIAS, 2021). O ano de 2023 também ficou marcado pela grande quantidade de artistas coreanos que trouxeram suas turnês mundiais até o Brasil, grupos como *NCT 127*, *ATEEZ*, *AESPA* e o artista solo *WOODZ* somam milhões de pessoas para seus shows (KOME WORLD, 2023).

Eventos voltados para a cultura, gastronomia e apresentações culturais também são frequentes no país, como o festival Brazil *Hallyu* Expo que contou com 3 edições sendo a última no ano de 2019, trazendo oficinas de gastronomia coreana e também apresentações culturais de covers de *K-pop* e a presença do grupo *Newkidd* (BRAZIL KOREA, 2019). O *Hallyu* Rio é o primeiro evento que traz exclusivamente a cultura coreana pro Rio de Janeiro, teve sua primeira edição em 2015 com foco em trazer a cultura coreana para o público carioca. A edição do ano de 2019 teve a participação de mais de 900 pessoas, as quais compartilharam sua paixão pelo *Hallyu* no Imperator, centro cultural que foi sede do *Hallyu* Rio naquele ano. (HALLYU RIO, 2019).

Com uma grande comunidade de fãs da cultura pop sul-coreana, os chamados *K-poppers*, tem-se observado um aumento na demanda de eventos relacionados à cultura

¹ *Music Bank* é um programa musical coreano. Criado em 1998 passa toda sexta-feira na emissora coreana KBS com apresentações de grupos e artistas de *K-pop*, premiando o grupo ou artista que se sair melhor nos charts.

coreana em Pernambuco. O Dia da Cultura Coreana em Pernambuco é um evento anual desde a fomentação da lei estadual Nº 15.114, criada em 2013 e celebra a rica e diversa cultura da Coreia do Sul. Realizado em parceria entre a Embaixada da Coreia do Sul no Brasil e a comunidade coreana em Pernambuco. O dia, geralmente o último sábado do mês de setembro tem como objetivo promover a cultura coreana no estado e fomentar o intercâmbio cultural entre Brasil e Coreia do Sul. Fortalecendo a relação entre os dois países, deixando em evidência a clara influência da cultura coreana no estado. De acordo com Gomes e Silva (2021), os eventos relacionados à cultura coreana em Recife têm atraído um público cada vez maior e diversificado, incluindo não só os fãs de *K-pop*, mas também pessoas interessadas em outros aspectos da cultura coreana, como a gastronomia, a língua e as artes marciais. O *Festival da Coreia*, evento que ocorre anualmente em Recife desde 2014, comemora o dia da cultura coreana em Pernambuco e é organizado pela comunidade coreana local, com o objetivo de promover a cultura sul-coreana na cidade. O evento que abriu as portas para outros eventos ligados à cultura coreana em Recife ocorre geralmente no mês de outubro e conta com diversas atividades, como apresentações de música e danças tradicionais coreanas, exposições de arte e culinária, além de palestras sobre a história e cultura da Coreia do Sul. O evento é aberto ao público e geralmente atrai um grande número de pessoas interessadas em conhecer mais sobre a cultura coreana. *BTS DAY*² é um evento que acontece desde 2017 em São Paulo e teve sua primeira edição no Recife em 2019, mediada pelo Support Army que é uma organizadora de eventos administrada por fãs do grupo de *K-Pop* *BTS* criado em 2018, voltando a ter a sua segunda edição no ano de 2022 mediado pelo We Seven, organizadora de eventos criada e comandada por fãs do grupo *BTS*. O evento aconteceu no Centro de Convenções de Pernambuco e teve como foco o grupo sul coreano de *K-Pop* *BTS*, feito de fãs para fãs com o intuito de se reunirem para conhecer pessoas e comemorar o aniversário de estreia do grupo. *Hongdae Fest* é um evento organizado por jovens recifenses que são fãs do *K-pop*. A balada *K-pop* é direcionada

² *BTS DAY* é um evento criado em 2017 por um grupo de fãs de São Paulo. O evento é a nível nacional e acontece em vários estados do Brasil simultaneamente através de organizadoras de eventos de cada estado. Atualmente é o maior evento e encontro de Armys, fãs do grupo de *K-pop* *BTS* que se reúnem para se conhecer e festejar juntos.

para o público jovem e adulto, tendo como apresentação de *MV's*³ e música pop coreana tocando a noite toda. “O evento tem como propósito propagar o movimento *K-pop*, além de proporcionar a aproximação e interação de fãs desse estilo musical” Santana (2018). Esses eventos, por sua maioria, têm sido organizados por grupos de fãs ou empresas especializadas, e incluem shows, workshops, exibições de filmes e séries, entre outros. Com isso, é possível notar o crescimento considerável de eventos sobre a onda coreana no país, eventos esses que atraem um número grande de pessoas interessadas nessa grande imersão cultural e mostra o potencial que o *Hallyu* tem nesse nicho.

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida para identificar o perfil dos participantes de eventos relacionados à cultura coreana e a sua influência no nicho de eventos na cidade do Recife. Quanto à natureza dos dados, o presente estudo foi formulado através de uma abordagem quantitativa. De acordo com Creswell (2021), a pesquisa quantitativa, para complementar, busca testar hipóteses, estabelecer relações de causa e efeito, fornecendo generalizações a partir de dados numéricos. Os dados são coletados por meio de métodos estruturados, como questionários e observações sistemáticas. A amostragem é frequentemente probabilística, visando alcançar representatividade e generalização, baseando-se em teorias existentes para formular hipóteses e estruturar o estudo.

Um formulário eletrônico foi usado para a coleta de dados através do Google Forms. Composto por um total de 16 questões, sendo 2 abertas e 14 fechadas com o intuito de conhecer o perfil dos participantes dos eventos de cultura coreana. Os possíveis participantes foram contatados por meio de suas redes sociais (instagram, whatsapp e twitter) e receberam informações sobre o estudo, tendo o formulário permanecido aberto no período de 17 de agosto a 10 de setembro de 2023 tendo em vista o período curto de tempo para a realização do trabalho. Ao final, conseguiu-se coletar um total de 119 respostas, sendo 99 válidas.

³ Sigla em inglês para clipes musicais. Assistir *MV's* ou *Music Videos* é um ato frequente entre os fãs do *K-pop* pela superprodução que estes possuem.

Para a sumarização utilizou-se a ferramenta do Google Forms para a criação dos gráficos a partir dos resultados obtidos para uma análise estatística descritiva que segundo Mattar, Oliveira e Stirbolov (2014) tem como objetivo proporcionar informações sumarizadas dos dados contidos no total de elementos estudados, sendo eles numa amostra ou em uma população. Realizou-se a limpeza e organização dos dados, um procedimento fundamental para eliminar possíveis erros e respostas duplicadas. Isso assegurou que os dados finais fossem precisos e confiáveis, excluindo respostas irrelevantes que não contribuíram para os objetivos da pesquisa.

Em seguida, a análise das questões fechadas foi conduzida de forma quantitativa. Isso implicou na contagem das respostas em cada categoria ou opção de resposta para cada pergunta, permitindo a compreensão da distribuição das respostas e a identificação de tendências ou padrões significativos. Essa análise forneceu *insights* sobre as preferências e opiniões dos participantes de forma numérica e objetiva.

Além disso, as informações demográficas, como idade e gênero, foram analisadas de forma agregada para descrever o perfil geral dos participantes dos eventos de cultura coreana na cidade do Recife. Isso ajudou a criar um retrato abrangente da audiência envolvida nos eventos. A análise das motivações dos participantes e dos aspectos da cultura coreana que mais os atraem permitiu identificar padrões e tendências relevantes..

Com base nas análises quantitativas, foi possível interpretar os resultados e tirar conclusões sobre os principais achados do estudo. Isso envolveu a formulação de insights e reflexões sobre as motivações dos participantes, suas expectativas em relação a eventos futuros e os elementos culturais coreanos que mais despertaram interesse.

4. RESULTADOS

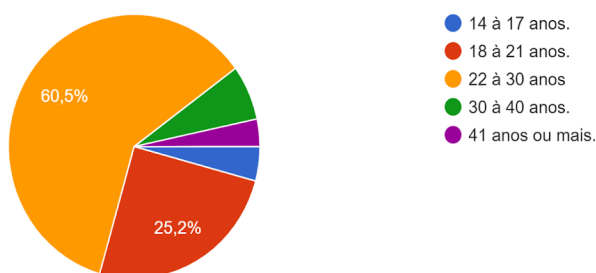
Neste capítulo são apresentados os resultados do levantamento de informações iniciando pelo perfil dos consumidores da cultura coreana e influência da popularização da cultura coreana na demanda de eventos na cidade do Recife, analisando essa interação entre a crescente disseminação de cultura coreana e o cenário de eventos da cidade. Dessa forma, conseguiu-se identificar o perfil e faixa etária dos participantes da pesquisa. 60,5% dos participantes tem de 22 à 30 anos de idade, seguidos por 25,2% de 18 à 21 anos,

6,7% de 30 à 40 anos, 4,2% de 14 à 17 anos e por último 3,4% com 41 anos ou mais como é possível observar no gráfico 1.

Gráfico 1: Faixa etária dos respondentes do questionário

Qual é a sua faixa etária?

119 respostas



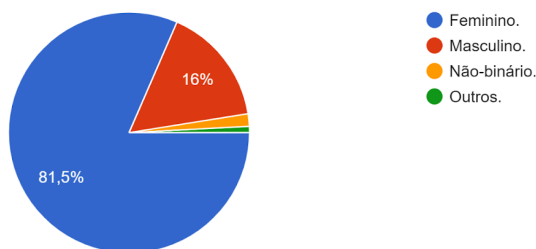
Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Já quando se fala em gênero, 81,5% dos participantes se identificam com o gênero feminino, 16% com o gênero masculino, 1,7% são não-binários e 0,8% não se identificam com nenhum dos três. Esse resultado deixa claro que o maior interesse pela cultura coreana é o público feminino como pode-se visualizar no gráfico 2.

Gráfico 2: Gênero dos respondentes do questionário

Qual é o seu gênero?

119 respostas



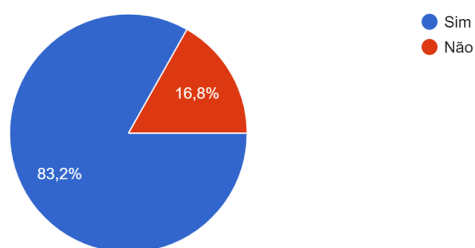
Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Ao participar dos eventos de cultura coreana na cidade, percebe-se um grupo variado de pessoas. Participantes dispostos a deslocar-se de onde moram para ter essa experiência

singular na capital pernambucana, como demonstra o Gráfico 3. A maioria dos respondentes residem em Recife, totalizando 83,2% enquanto 16,8% não moram na capital ou região metropolitana.

Gráfico 3: Perfil sociodemográfico dos respondentes

Você reside em Recife ou região metropolitana?
119 respostas

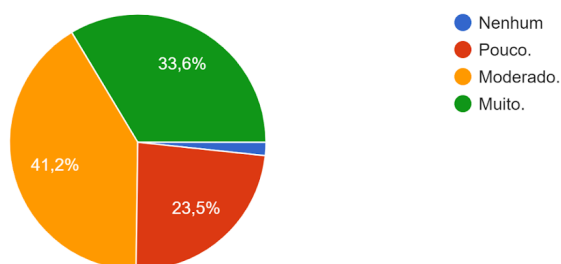


Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Dentre os participantes, 41,2% afirmam ter conhecimento moderado sobre a cultura coreana, 33,6% afirmam ter muito conhecimento, 23,5% com pouco conhecimento e apenas 1,7% com nenhum conhecimento prévio, como ilustrado no Gráfico 4.

Gráfico 4: Grau de conhecimento sobre a cultura coreana.

Você tem algum grau de conhecimento prévio sobre a cultura coreana?
119 respostas



Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Constatou-se, portanto, que o público respondente deste questionário, em sua maioria,

é do gênero feminino, têm entre 22 e 30 anos, residem na região metropolitana de Recife, e possuem conhecimento prévio sobre a cultura coreana.

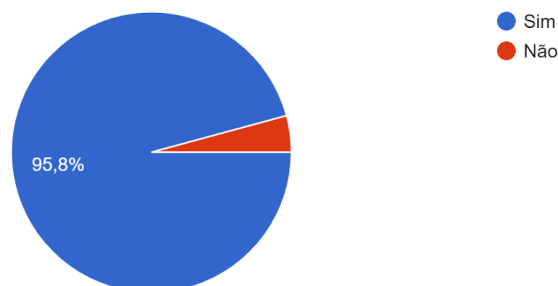
A segunda etapa da pesquisa busca compreender a relação que os participantes possuem com a cultura coreana de modo geral. Sendo assim, foram realizadas perguntas que revelassem o quais tipos de conteúdo consomem, se tem interesse por diversos aspectos da cultura sul coreana e qual a influência dessa cultura em sua decisão de participar de eventos em Recife.

Quando questionados sobre se já consumiram à novelas coreanas (*K-dramas*) 95,8% disseram que sim, como apresentado no Gráfico 5.

Gráfico 5: Dramas coreanos (*K-dramas*)

Você já assistiu a dramas coreanos (K-dramas) ou filmes sul-coreanos?

119 respostas



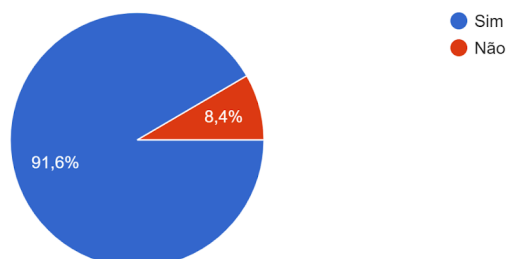
Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Já quando questionados se ouvem música pop sul-coreana (*K-pop*) 91,6% disseram que sim, como apresentado no gráfico 6. Portanto, já nessa etapa da pesquisa foi percebido que a maioria dos participantes consomem mais conteúdo televisivo à música coreana, reforçando a pesquisa anteriormente referenciada neste trabalho, onde mostra que o Brasil é um dos maiores consumidores de *K-dramas*.

Grafico 6: Musica pop coreana (K-pop)

Você já ouviu música pop sul-coreana (K-pop)?

119 respostas



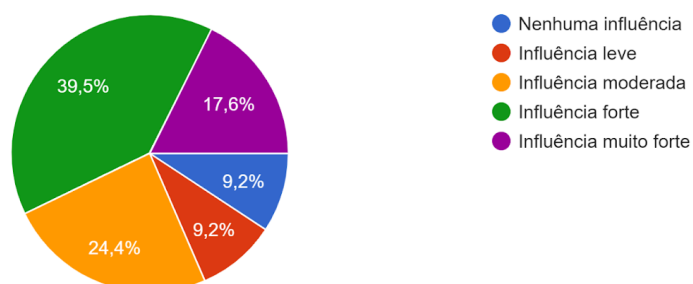
Fonte: Dados da Pesquisa

As análises revelaram um impacto dos eventos culturais coreanos na disseminação da cultura coreana em Recife. Constatamos que 39,5% dos participantes da pesquisa afirmaram que a cultura coreana exerce uma influência sobre suas vidas, enquanto 17,6% relataram que essa influência é intensa, e 24,4% a classificaram como moderada. Ao questionarmos se a crescente popularidade da cultura coreana em Recife tem impactado a diversidade e a oferta de eventos culturais na cidade, notamos que 73,9% dos entrevistados responderam afirmativamente, conforme exposto no gráfico 7.

Gráfico 7: Influência da cultura coreana

O quanto a influência da cultura coreana influencia sua decisão de participar de eventos em Recife?

119 respostas



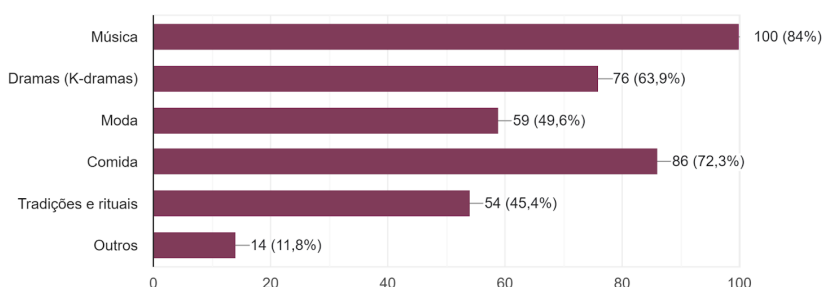
Fonte: Dados da pesquisa

Vale destacar que, indo além dos estereótipos associados à cultura sul-coreana, como o K-pop (PIOLA, 2021), os participantes manifestaram um profundo interesse e entusiasmo por eventos que exploram aspectos variados, como culinária, moda e a cultura em si da Coreia do Sul, como é possível observar no gráfico 8.

Gráfico 8: Aspectos atrativos

Quais aspectos da cultura coreana você considera mais atrativos e que podem influenciar sua participação em eventos? (Marque todas as opções relevantes)

119 respostas



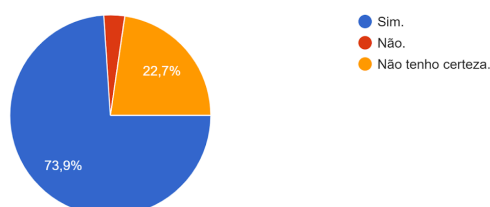
Fonte: Dados da pesquisa

O impacto da cultura coreana em Recife está cada vez mais evidente, principalmente na oferta de eventos culturais na capital pernambucana, como ficou evidenciado através do Gráfico 12 já que 73,9% dos respondentes afirmaram acreditar que a popularidade da cultura coreana tem um grande impacto a diversidade e oferta de eventos culturais. 22,7% responderam que não tem certeza e apenas 3,4% responderam que não tem impacto.

Gráfico 9: Impacto na oferta de eventos

Você acredita que a popularidade da cultura coreana em Recife tem impactado a diversidade e oferta de eventos culturais na cidade?

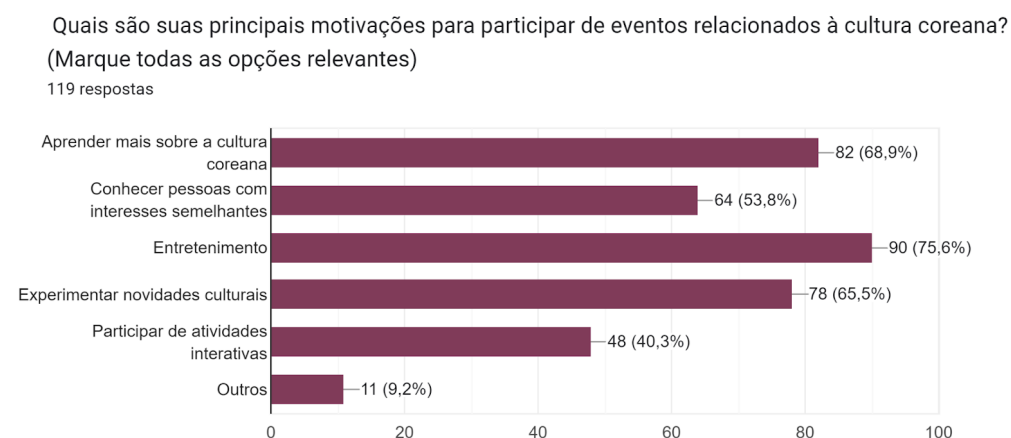
119 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

As pesquisas também evidenciaram que o interesse nos eventos culturais coreanos em Recife se deve principalmente à busca por entretenimento e à sede de conhecimento sobre a cultura sul-coreana, como mostra o gráfico 10.

Gráfico 10: Motivações



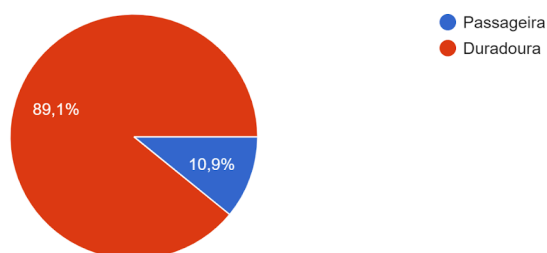
Fonte: Dados da pesquisa

Isso nos leva a inferir que os eventos culturais coreanos desempenham um papel importante na diversificação da cena cultural na cidade, atendendo a um público que se mostra ávido por experiências culturais enriquecedoras, que se envolvem com a cultura de forma ativa, criando conexões com outros fãs da cultura coreana (FERRARI, 2018). Em adição, 89,1% dos entrevistados expressaram que acreditam que a influência da cultura coreana nos eventos é uma tendência duradoura, enquanto 10,9% consideram a influência passageira, como evidenciado no Gráfico 11.

Gráfico 11: Influência da passageira ou duradoura?

Você acredita que a influência da cultura coreana em eventos é uma tendência passageira ou duradoura?

119 respostas



Fonte: dados da pesquisa. (2023)

Durante a discussão e exposição que este estudo se propôs a fazer, evidenciou o quanto a disseminação do *Hallyu* influenciou não apenas o mundo mas também a capital pernambucana com a propagação de seus produtos e/ou produções culturais. Os resultados desta pesquisa indicam que os eventos culturais coreanos promovem a cultura coreana em Recife, ao mesmo tempo em que enriquecem a oferta cultural da cidade e atendem às expectativas de um público diversificado e ansioso por experiências culturais autênticas e envolventes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa revelam que a cultura coreana possui um apelo global cada vez mais significativo, sendo capaz de atrair um público diversificado e engajado. A presença crescente de produções coreanas na televisão, cinema e música, juntamente com a promoção ativa do país, tem contribuído para a disseminação dessa cultura e para a criação de laços culturais entre a Coreia do Sul e outras nações. Através dos eventos culturais, o país fortalece sua imagem internacional e promove a compreensão mútua entre diferentes culturas.

Nesse contexto, a cidade do Recife e seus habitantes se mostraram receptivos à cultura coreana, demonstrando um interesse genuíno por suas expressões artísticas e tradições.

Os participantes desses eventos destacaram aspectos como a música, a culinária, a moda e a língua coreana como elementos que mais chamaram sua atenção. Além disso, as motivações variaram desde o desejo de conhecer uma cultura diferente até o interesse em aspectos específicos, como o K-pop ou a gastronomia coreana.

Portanto, esta pesquisa ressalta a importância do intercâmbio cultural e da promoção de eventos relacionados à cultura coreana como uma estratégia eficaz para estabelecer pontes entre países e para fortalecer os laços culturais e diplomáticos. A expansão da cultura coreana é um fenômeno que transcende fronteiras geográficas e culturais, e sua influência continuará a crescer nos próximos anos. Assim, é essencial que pesquisadores, profissionais e governos estejam atentos a esse fenômeno e continuem a promover o diálogo intercultural, enriquecendo o panorama cultural global e promovendo a compreensão mútua entre nações.

REFERÊNCIAS

Allan, L. (2022). Em alta no Brasil, cultura coreana invade Recife com Mostra de Cinema inédita. [Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2022/09/em-alta-no-brasil-cultura-coreana-invade-recife-em-mostra-de-cinema-i.html> (Acesso em 18 de setembro de 2023)].

ALMEIDA, Naiane Batista de. O FENÔMENO *HALLYU* E AS PRÁTICAS INTERACIONAIS DOS FÃS BRASILEIROS NO CONTEXTO DO PROCESSO DO SOFT POWER DA COREIA DO SUL. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/16949/1/Arquivototal.pdf>. Acesso em: 18 julho, 2023.

BAE, Eung-song; CHANG, Meehyang; PARK, Eung-suk; KIM, Dae-cheol. The Effect of *Hallyu* on Tourism in Korea. J Open Innov: Technol Mark Complex. 2017. 3(4).

BALLERINI, Frantjesco. Poder suave: Soft Power. São Paulo: Summus Editorial, 2017.

BILLING, Osvaldo Alencar; SILVA, Amanda Paiva da. A expansão do Hallyu: o uso da diplomacia cultural e seus impactos na economia sul-coreana. Revista Conjuntura Global. v. 11, n. 1. 2022.

CHAE, J. Y. The need and composition of establishing Korean wave theme infrastructure, Korea Culture & Tourism Institute. 2014

CRESWELL, John W. Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto. 5ª Edição. Penso. 2021.

GETZ, Donald. Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism Management, 2008.

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 7ª edição. Rio de Janeiro: Grupo GEN. 2022.

Importância da *Hallyu* para cultura. [Disponível em: <https://prensali.substack.com/p/importancia-da-hallyu-para-cultura>. (Acesso em: 20 de setembro de 2023)]

Jessica, L. (2019). Brasil *Hallyu* Expo 2019. [Disponível em: <https://www.brazilkorea.com.br/brasil-hallyu-expo-2019/>. Acesso em: 20 de setembro de 2023)].

K-Music no Brasil. (2021) [Disponível em: <https://www.kome-world.com/br/theme/101-k-music-no-brasil.html>. Acesso em: 20 de setembro de 2023)].

K-Pop to offer support for South Korea's pandemic-hit economy. (2020). [Disponível em: <https://news.cgtn.com/news/2020-09-23/K-Pop-to-offer-support-for-South-Korea-s-pandemic-hit-economy-U1wOeZuhBC/index.html> (Acesso em 15 de agosto de 2023)].

KIM, Bok-rae. Past, Present and Future of *Hallyu* (Korean Wave). 2015. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/55837876/19.pdf>. Acesso em: 18 julho, 2023.

Kim, D. H., & Kim, C. Y. Economic development and democracy in South Korea. *East Asia*, 35(1), 21-34. 2018. doi: 10.1007/s12140-017-9292-2

KIM, Yoo.na. A jovem Coreia. São Paulo. Editora SSUA. 2008.

KIM, Youna. *Introducing Korean Popular Culture*. Routledge. 2023.

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

KIM, Youna. *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*. Routledge. 2021.

LEE, J.; YOON, S. A study on the cultural globalization of Korean wave (Hallyu). *Journal of Distribution Science*, 15, 5-12. 2017. doi: 10.15722/jds.15.9.201709.5

Louise, Q. (2020). Coreia do Sul estima efeito econômico em R\$7,5 bi devido a 'Dynamite', novo hit do BTS. [Disponível em: <https://www.extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/coreia-do-sul-estima-efeito-economico-em-r-75-bi-devido-dynamite-novo-hit-do-bts-24627667.html> (Acesso em 13 de agosto de 2023)].

MADUREIRA, Alessandra Vinco Aguiar Calixto. Além do "Gangnam Style": Relações globais, autenticidade e fãs de K-pop no Brasil. Dissertação. Programa de Pós-Graduação

em Comunicação. Instituto de Arte e Comunicação Social. Universidade Federal Fluminense. 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/21490>.

Marcelo, C. (2021). Round 6 se torna a série de maior audiência da história da Netflix. [Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/round-6-se-torna-a-serie-de-maior-audiencia-da-historia-da-netflix> (Acesso em 22 de setembro de 2023)].

MARTINS, Laura Oliveira. DIPLOMACIA CULTURAL, A influência do *Hallyu* através do reconhecimento mundial do BTS. 2022. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistadoceam/article/view/43642/36688> Acesso em: 19 julho, 2023.

MATTAR, Fauze Najib; OLIVEIRA, Bráulio & STIRBOLOV, Sérgio Luís. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2014

MONGAN, et al. (2022). Economic Colonialism: Korean Wave (*Hallyu*) Hegemony. [Disponível em: <http://ijracs.rumahpeneleh.or.id/index.php/home/article/view/52/43> (Acesso em 22 de setembro de 2023)].

MONTEIRO, Daniela de Souza Mazur. A onda coreana e a representação do passado em "Reply 1997". 2014. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Estudos de Mídia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

MONTEIRO, Daniela de Souza Mazur. Um mergulho na Onda Coreana, Nostalgia e Cultura Pop na série de K-dramas "Reply". 2018. Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

Moon, C. I. The South Korean economic miracle: A fading mirage?. *Global Economic Review*, 48(1), 43-61. 2019. doi: 10.1080/1226508x.2019.1570828

Nana. (2013). 2K13 Feel Korea em São Paulo. [Disponível em: <https://www.kome-world.com/bz/article/15861-2k13-feel-korea-em-sao-paulo.html>].

Noémi, B. (2015). O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento. [Disponível em:

<https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/16747/1/no%c3%a9mi%202015%20-%20%20CONTRIBUTO%20DO%20TURISMO%20DE%20EVENTOS%20PARA%20O%20DESENVOLVIMENTO.pdf> (Acesso em 20 de setembro de 2023)].

NYE, Joseph S. Bound To Lead: The Changing Nature of American Power. 1990.

PERNAMBUCO. Lei nº 15.114, de 8 de outubro de 2013. Dispõe do Dia da Cultura Sul-coreana em Pernambuco, e dá providências pertinentes. Palácio do Campo das Princesas, Recife, 8 de outubro do ano de 2013, 197º da Revolução Republicana Constitucionalista e 192º da Independência do Brasil. Disponível em: <https://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?tiponorma=1&numero=15114&complemento=0&ano=2013&tipo=&url=>. Acesso em: 9 abril 2023.

RODRIGUES, Cláudia Sofia Miranda. O Turismo de Eventos Culturais em Lisboa: Santos Populares. Escola Superior de Hotelaria e Turismo. 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.26/4452>. Acesso em: 8 de agosto de 2023

SANTANA, Bruna Soares Marques; CARDOSO, Isabelle Fernandes; GREGÓRIO, Rafaela Costa. SOFT POWER E A *HALLYU*: O PAPEL DO ENTRETENIMENTO NO EXPANSIONISMO CULTURAL SUL-COREANO. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/20202/1/SOFT%20POWER%20E%20A%20HALLYU%20O%20PAPEL%20DO%20ENTRETENIMENTO%20NO%20EXPANSIONISMO%20CULTURAL%20SUL%20COREANO.pdf> Acesso em: 19 julho, 2023.

SERGIANOTTO, Felipe Azevedo. O fenômeno Hallyu: A cultura sul-coreana como instrumento de soft power no século XXI. Trabalho de conclusão de curso (Curso de Relações Internacionais) - Universidade Federal de São Paulo. 2021.

SHIM, Doobo. The growth of Korean cultural industries and the Korean wave. East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave. 2008. Disponível: https://www.researchgate.net/publication/287779167_The_Growth_of_Korean_Cultural_Industries_and_the_Korean_Wave

SONG, J. Y. The 1987 democratization movement in South Korea: A historical analysis. Pacific Focus, 32(2), 193-214. 2017. doi: 10.1111/pafo.12068

SOUZA, Elisangela Aparecida Santos. Onda *Hallyu* e o consumo de produtos coreanos no Brasil. Trabalho de conclusão de curso - Universitário Federal de Mato Grosso do Sul. 2022

SPOTIFY. Spotify's 2021 Wrapped: K-pop. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2022>. Acesso em 22 abril 2023.

URBANO, Krystal. et. al. K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os ARMYs do BTS. Dossiê decolonialidade e política das imagens, logos 55, v. 27, n. 3, UERJ, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/logos.2020.54453>. Acesso em: 07 set. 2023.

VI Festival da Cultura Coreana em Pernambuco. (2019). Disponível em: <https://www.sympla.com.br/evento/vi-festival-da-cultura-coreana-em-pernambuco/637256>. (Acesso em 22 de setembro de 2023)