



UFPE

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
CURSO DE TURISMO**

HIALY ALANE PEREIRA DE MOURA BATISTA

***IDOL E MERCADO GLOBAL: Uma Revisão Sistemática sobre os Impactos da Cultura
Pop na Economia e no Turismo Sul-Coreanos***

Recife

2025

HIALY ALANE PEREIRA DE MOURA BATISTA

IDOL E MERCADO GLOBAL: Uma Revisão Sistemática sobre os Impactos da Cultura Pop na Economia e no Turismo Sul-Coreanos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Graduação em Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Luís Henrique de Souza

Coorientador: Allisson Mateus Marques Cavalcanti Silva

Recife

2025

HIALY ALANE PEREIRA DE MOURA BATISTA

IDOL E MERCADO GLOBAL: Uma Revisão Sistemática sobre os Impactos da Cultura Pop na Economia e no Turismo Sul-Coreanos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Graduação em Turismo da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

COMISSÃO EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Luís Henrique de Souza
Universidade de Aveiro

Examinador externo: Prof. Dr. Diego Bezerra de Melo Maciel
Universidade Federal de Pernambuco

Examinador interno: Prof. Dr. Alexandre César Batista da Silva
Universidade Federal de Pernambuco

Recife, 1 de abril de 2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me conceder paciência e resiliência ao longo dessa jornada acadêmica.

À minha família, minha maior fonte de inspiração. Aos meus pais, Adilson e Hildegardes, que, com seu amor incondicional, me motivaram a seguir em frente. Seu incentivo e confiança nas minhas escolhas foram fundamentais para que eu chegasse até aqui. À minha irmã, Hayla, que sempre esteve ao meu lado, me incentivando e lembrando da minha capacidade nos meus momentos de insegurança. Ao meu irmão, Hierlan, cuja generosidade em me emprestar seu notebook foi um gesto fundamental para a concretização deste trabalho.

Ao meu professor-orientador, Luís, por sua paciência, suporte e contribuições valiosas, que foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho. E a Allisson, meu coorientador, que também contribuiu para a realização deste trabalho.

Por último, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para que este trabalho se tornasse realidade. Minha sincera gratidão.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA	11
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	15
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	26

IDOL E MERCADO GLOBAL: Uma Revisão Sistemática sobre os Impactos da Cultura Pop na Economia e no Turismo Sul-Coreanos

IDOL AND GLOBAL MARKET: A Systematic Review of the Impacts of Pop Culture on the South Korean Economy and Tourism

Hialy Alane Pereira de Moura Batista

RESUMO

Nos últimos anos, a cultura pop sul-coreana tem se disseminado por todo o mundo, gerando impactos econômicos para a Coreia do Sul e aumentando a visibilidade do país no cenário global. Neste contexto, o presente artigo teve por objetivo identificar o impacto da cultura pop sul-coreana, mais especificamente do K-pop, no turismo e na economia da Coreia do Sul. Para isso, foram realizadas pesquisas em uma base de dados, a Scopus, tendo-se obtido um total de 217 estudos publicados desde 2013 que, após filtrados, resultaram em 14 estudos que foram considerados relevantes para este artigo. Da análise destes estudos foi possível concluir que há um consenso sobre a influência da cultura pop sul-coreana no fluxo de turistas estrangeiros e nas exportações de bens de consumo não duráveis. Entretanto, o impacto do K-pop, embora presente, não se mostra tão expressivo quanto o do setor audiovisual.

Palavras-chave: cultura pop, k-pop, fluxo turístico, impacto econômico, exportações de bens de consumo, Coreia do Sul.

ABSTRACT

In recent years, South Korean pop culture has spread around the world, generating economic impacts for South Korea and increasing the country's visibility on the global stage. In this context, this article aims to identify the impact of South Korean pop culture, more specifically K-pop, on tourism and the economy of South Korea. To this end, searches were carried out in a database, Scopus, and a total of 217 studies published since 2013 were obtained, which, after filtering, resulted in 14 studies that were considered relevant to this article. From the analysis of these studies it was possible to conclude that there is a consensus on the influence of South Korean pop culture on the flow of foreign tourists and exports of non-durable consumer goods.

However, the impact of K-pop, although present, is not as expressive as that of the audiovisual sector.

Keywords: pop culture, k-pop, tourism flow, economic impact, consumer goods exports, South Korea.

1 INTRODUÇÃO

A Coreia do Sul tem se destacado internacionalmente pela disseminação de sua cultura, com impacto em diversos setores globais. Dentro desse contexto, a cultura pop sul-coreana, tem desempenhado um papel fundamental na projeção do país. Segundo Soares (2022), o termo “cultura pop” se refere às práticas, às experiências e aos produtos guiados pelos princípios da mídia, que têm origem no universo do entretenimento. O termo “pop”, abreviação de “popular”, de acordo com Urpia (2022), diz respeito à cultura de massa que influencia uma grande parte da população. O autor afirma que essa influência só ocorre porque estamos inseridos em um contexto globalizado e dinâmico, fundamental para o desenvolvimento e disseminação desse tipo de cultura.

É nesse sentido que a cultura pop, juntamente com o poder da globalização, influencia diretamente uma sociedade capitalista que se aproveita desses produtos culturais para obter lucro (Urpia, 2022). A disseminação da cultura pop não só molda comportamentos e tendências de consumo, como também gera um impacto significativo em outros setores econômicos. Dentre esses setores, o turismo se destaca, consolidando-se como um dos pilares da economia global.

De acordo com Cabugueira (2005), o turismo é uma das forças econômicas mais importantes no mundo e pode desempenhar um papel fundamental no crescimento econômico de um país. Diversos autores (Carvalho e Vasconcelos, 2006; Lage e Milone, 2009; Santos e Kadota, 2012; Tribe, 2000) destacam que o turismo potencializa a geração de renda e empregos nos territórios, contribuindo para o aumento do PIB e diversos setores da economia (Tribe, 2000). O modelo desenvolvido por Cooper *et al.* (2007), que descreve os efeitos econômicos do turismo nos territórios, destaca que o turismo produz impactos econômicos nos destinos a partir da injeção de renda feita pelos turistas e as subsequentes cadeias produtivas formadas.

Cooper *et al.* (2007) detalham que, para avaliar os impactos econômicos do turismo em uma região, é importante considerar três tipos de efeitos: diretos, indiretos e induzidos. Os efeitos diretos referem-se aos gastos dos turistas em estabelecimentos turísticos, como hospedagem, alimentação e lazer. Os efeitos indiretos incluem as despesas dos empreendimentos turísticos para manter suas operações, como a compra de insumos e serviços locais. Já os efeitos induzidos ocorrem quando os funcionários desses empreendimentos utilizam seus salários em compras e serviços dentro do território, gerando um ciclo adicional de consumo na economia local.

Outro aspecto importante a considerar é a exportação e importação turística entre países, que permite analisar a relação entre a entrada e a saída de renda no país a partir do movimento turístico internacional. Conforme Carvalho e Vasconcellos (2006), as exportações em turismo, caracterizadas como turismo receptivo, referem-se à entrada de moeda proveniente de turistas estrangeiros que ingressam no país. Enquanto as importações em turismo, caracterizadas como turismo emissivo, dizem respeito à saída de moeda do país quando os residentes viajam para o exterior. Assim, a receita turística da Coreia do Sul é ampliada não apenas pela venda de produtos relacionados à cultura pop sul-coreana, mas também pelos gastos de turistas internacionais dentro do território.

O cômputo das exportações e importações em turismo irão produzir o indicador macroeconômico “Saldo da Balança Comercial em Turismo” que é representado pela diferença entre o volume das exportações e o volume das importações em turismo de um país (Santos e Kadota, 2012). Países com saldo da balança comercial em superávit (ou seja, volume de exportações maiores do que importações) conseguem ampliar suas reservas internas de dólar, gerando uma maior estabilidade econômica para estes países.

Em 2023, dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, 2024) mostram que o setor de turismo correspondeu a 9,1% da renda mundial. No que tange à Coreia do Sul, o setor de turismo contribuiu cerca de 3,8% para o Produto Interno Bruto (PIB) do país, com a receita de 84,71 trilhões de won (equivalente a aproximadamente 336,45 bilhões de reais) (WTTC, 2024). O setor turístico também foi responsável pela criação de 76,6 mil novos empregos, elevando o total da população empregada para 1,34 milhão, o que representa um aumento de 6,1% em relação ao ano de 2022 (WTTC, 2024). Assim, como afirma Cabugueira (2005), o turismo começa a gerar resultados através da movimentação da moeda, do aumento do consumo de bens e serviços e da ampliação na oferta de empregos.

Em 2019, a Coreia do Sul recebeu seu maior número de turistas estrangeiros, totalizando 17,5 milhões, conforme dados oficiais (KTO, 2024). Já em 2023, foram registrados 11 milhões de visitantes. É importante ressaltar que o ano de 2023 sucedeu uma pandemia de quase dois anos, durante a qual houve restrições de viagem em todo o mundo. Com a gradual redução dessas restrições e sua posterior cessação, o turismo doméstico foi incentivado como uma maneira mais eficaz de iniciar a recuperação dos impactos no setor. Prevvia-se que as atividades turísticas retornassem aos níveis de 2019 a partir de 2024 (ONU, 2020).

Em 2024, a Coreia do Sul recebeu mais de 16 milhões de turistas internacionais (KTO, 2025). Esse dado reflete um aumento significativo no número de visitantes, impulsionado pelo retorno do turismo global após a pandemia e pelo interesse contínuo na cultura pop coreana. Os

números só são superados pelos registrados em 2017 e 2019. Portanto, 2024 se destacou como o terceiro ano com o maior número de visitantes do país.

Ao longo da última década, a Coreia do Sul passou por um aumento gradativo na chegada de turistas. Armstrong (2022) sustenta que a exportação de sua cultura pop, ou simplesmente *Hallyu* (onda coreana) — termo referente à disseminação da cultura sul-coreana no mundo —, foi o fator que proporcionou uma visibilidade sem precedentes na história do país. De acordo com a Korea Foundation (2023), em 2023 havia 224,97 milhões de consumidores da cultura pop sul-coreana ao redor do mundo, um número 24 vezes maior do que o de 2012, quando havia 9,26 milhões. O audiovisual (séries e filmes sul-coreanos) e a música (K-pop) foram os principais expoentes dessa expansão (Trolan, 2017).

Desde 2017, o K-pop é a primeira referência que vem à mente das pessoas quando são perguntadas sobre o país (KOFICE, 2024). O K-pop (*Korean pop*) é a música popular produzida na Coreia do Sul, caracterizada pela fusão de diversos gêneros, como pop, hip-hop, R&B e eletrônico. No entanto, o K-pop vai além de um simples estilo musical — representa um fenômeno cultural que integra música, dança, moda e as mídias sociais. Os artistas desse gênero são conhecidos como *idols* e geralmente fazem parte de grupos.

O sucesso mundial da música “Gangnam Style”, de PSY, em 2012, foi o primeiro marco do K-pop no cenário global, contudo, foram os grupos de K-pop, como BTS, BLACKPINK e Stray Kids, que realmente consolidaram o gênero e trouxeram o reconhecimento contínuo. O BTS, em particular, é frequentemente apontado como o principal responsável por “pavimentar o caminho” para a popularização do K-pop no ocidente, conquistando uma base de fãs sólida (Korea Times, 2024).

Os fãs de K-pop não se limitam a comprar álbuns e produtos de *merchandising*; eles se envolvem cada vez mais na cultura de seus ídolos. As séries e filmes coreanos mostram a cultura do país em suas cenas, familiarizando o espectador com os cenários, a gastronomia e costumes do país. Pode-se inferir que tanto a música quanto o audiovisual promovem a cultura do país. Para Armstrong (2022), o grande engajamento dessa cultura pop torna o país um destino mais atraente, impulsionando o turismo e aumentando a entrada de receita estrangeira na economia sul-coreana.

Diante do exposto, nota-se uma significativa produção jornalística e institucional sobre o fenômeno da cultura pop sul-coreana e seus impactos na economia deste país asiático. Nesta mesma direção, verifica-se, também, um interesse da comunidade científica sobre este tema. Pesquisadores têm se debruçado sobre os impactos reais em consequência do consumo da

cultura pop sul-coreana, buscando identificar sua contribuição para o crescimento econômico do país e para atração de turistas.

Nessa perspectiva, o presente trabalho tem como questão norteadora: Qual o impacto da cultura pop sul-coreana, mais especificamente do K-pop, no turismo e na economia da Coreia do Sul? Uma revisão sistemática da literatura científica, analisando os estudos existentes e seus achados, que mensuram o efeito do fenômeno nas exportações de bens de consumo e na chegada de turistas, será a metodologia empregada que permitirá o alcance do objetivo deste trabalho, o qual pretende identificar o impacto da cultura pop sul-coreana, mais especificamente do K-pop, no turismo e na economia da Coreia do Sul. A realização desta revisão possibilitará a identificação de padrões, tendências e eventuais lacunas nas pesquisas existentes sobre o impacto efetivo do fenômeno na economia e no turismo da Coreia do Sul, visando proporcionar uma contribuição substancial à literatura acadêmica sobre a cultura pop de um país como atrativo turístico e seus impactos econômicos potenciais.

2 METODOLOGIA

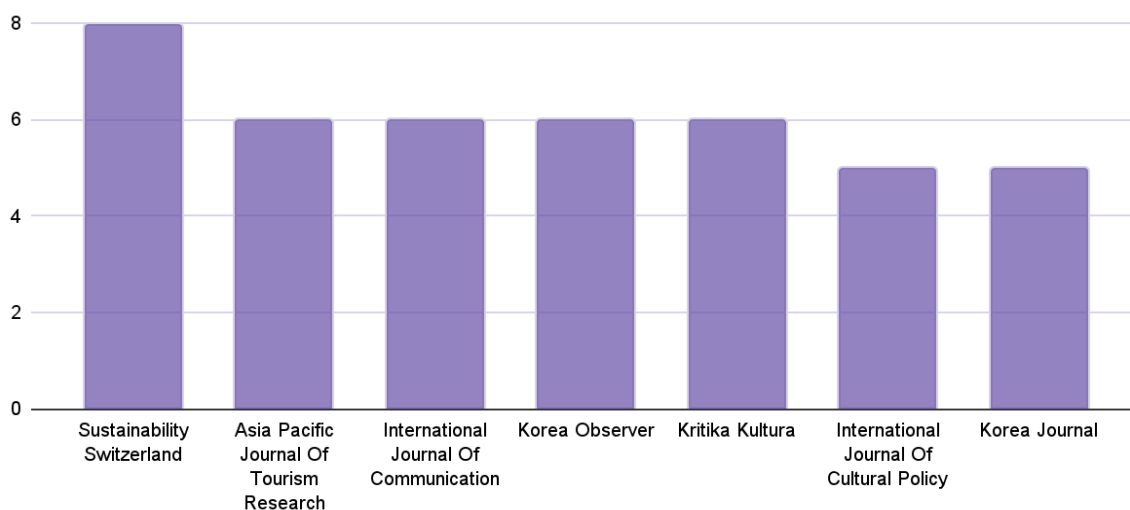
A presente pesquisa é classificada como descritiva e de abordagem qualitativa, uma vez que busca registrar e descrever os estudos observados sem manipulá-los, interpretando-os e atribuindo-lhes significados (Prodanov e Freitas, 2013). O estudo foi conduzido por meio de uma revisão sistemática da literatura, seguindo o modelo proposto por Denyer e Tranfield (2009) com o objetivo de fornecer um panorama das evidências disponíveis sobre os efeitos da cultura pop sul-coreana no turismo e na economia da Coreia do Sul. O processo abrangeu as etapas propostas pelos autores: (1) formulação da questão, (2) localização dos estudos, (3) avaliação e seleção dos estudos, (4) análise e síntese, e (5) relato e uso dos resultados.

O objeto de estudo é o impacto da cultura pop sul-coreana (*Hallyu*) no turismo e na economia da Coreia do Sul. Para tanto, optou-se pela utilização da base de dados Scopus, por ser uma das principais bases de dados acadêmicas com milhões de artigos revisados por pares e fontes confiáveis (Elsevier, 2025). A pesquisa foi realizada durante o mês de janeiro de 2025. Os tópicos principais utilizados nas buscas foram: “K-pop”, “Korea*”, “pop culture”, “Hallyu” e “korean wave”, combinados com os temas “touris*”, “econom*” e “export*”, sempre utilizando o operador "AND", no qual cada combinação de termos foi separada pelo operador "OR". Utilizou-se o asterisco (*) como operador para alcançar possíveis terminações variáveis das palavras. A pesquisa foi restringida aos campos “Article title, Abstract, Keywords”.

Considerou-se o período de 2013 a 2024 para a análise, intervalo que marca uma fase de popularização da cultura pop sul-coreana, com o K-pop ganhando maior projeção internacional, o que justifica sua relevância para o estudo dos impactos no turismo e na economia da Coreia do Sul. A pesquisa também foi limitada aos idiomas inglês, espanhol e português, e às áreas de pesquisa "Social Sciences", "Business, Management and Accounting" e "Economics, Econometrics and Finance". Optou-se por deixar o tipo de publicação abrangente e incluir apenas os estudos finalizados.

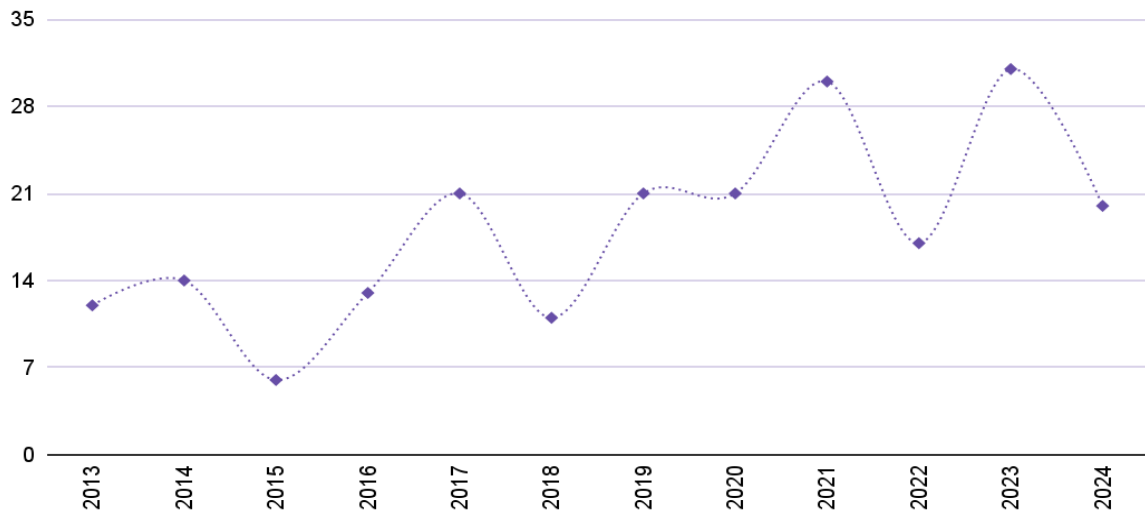
No total, foram recuperados 217 resultados publicados nos seguintes periódicos científicos: Sustainability Switzerland (oito), Asia Pacific Journal Of Tourism Research (seis), International Journal Of Communication (seis), Korea Observer (seis), Kritika Kultura (seis), International Journal Of Cultural Policy (cinco) e Korea Journal (cinco). Os demais foram publicados em periódicos variados, com uma, duas ou três publicações por periódico. O gráfico 1 ilustra a distribuição das publicações nos periódicos científicos com maior representatividade.

Gráfico 1 - Distribuição das publicações nos periódicos científicos com maior representatividade



Fonte: Autoria própria.

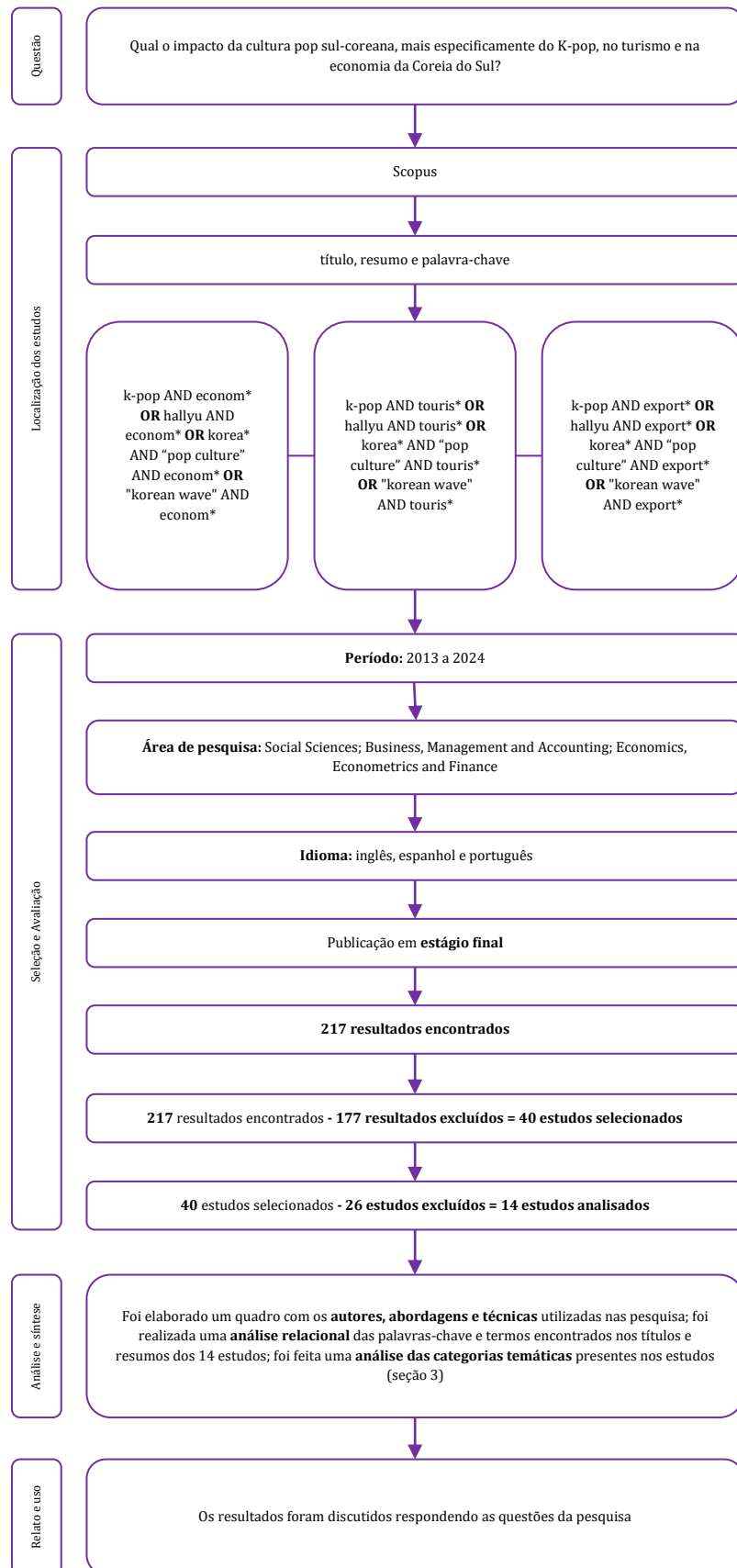
Os anos que apresentaram a maior quantidade de publicações foram os de 2023 com 31 publicações, 2021 com 30 publicações, seguidos por 2020, 2019 e 2017 com 21 publicações cada, 2024 com 20 publicações e 2022 com 17 publicações (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Resultados da pesquisa por ano

Fonte: Autoria própria.

Após a recuperação dos dados, realizou-se uma análise dos títulos e resumos. Os estudos foram incluídos na análise se abordassem a *Hallyu* de forma geral ou se enfatizassem o K-pop, excluindo aqueles focados em outras esferas da onda coreana ou os que não eram pertinentes ao tema. Após essas exclusões, restaram 40 estudos. Dentre eles, foram eliminados aqueles com acesso restrito ou pago, bem como os estudos duplicados. Os restantes foram submetidos à leitura.

Estudos que não focaram diretamente nos impactos do *Hallyu* ou do K-pop no turismo e na economia da Coreia do Sul foram descartados, dado que muitos trabalhos analisaram aspectos parassociais ou motivações dos consumidores da cultura pop, sem explorar diretamente os impactos econômicos ou turísticos. Ao final desse processo, foram selecionados um total de 14 estudos, sendo 11 artigos científicos, 2 artigos de conferência e 1 *letter*, todos em língua inglesa. A figura 1 apresenta o fluxograma das etapas desenvolvidas pela revisão.

Figura 1 - Fluxograma da pesquisa

Fonte: Autoria própria.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1. Abordagens e técnicas metodológicas utilizadas nos estudos analisados sobre o tema “cultura pop sul-coreana, economia e turismo”

As abordagens e técnicas metodológicas utilizadas nos 14 estudos revisados foram predominantemente quantitativas, com 11 estudos adotando essa abordagem. 2 estudos utilizaram a abordagem qualitativa, enquanto 1 seguiu a abordagem mista.

Os estudos com abordagem quantitativa utilizaram, de maneira unânime, técnicas econométricas como método, com destaque para a regressão com dados em painel, o modelo gravitacional e a análise de séries temporais. Observou-se que os pesquisadores buscaram mensurar desde a correlação entre a crescente popularidade da cultura pop sul-coreana e o fluxo turístico para a Coreia do Sul (Bae *et al.*, 2017; Lim e Giouvris, 2017; Seo e Kim, 2020; Lien, Tang e Zuloaga, 2021; Lee e How, 2021; 2023; Lim *et al.*, 2023), até o impacto dessa popularidade nas exportações de bens de consumo (Huh e Wu, 2017; Kim *et al.*, 2021; Cho, 2021; Lien, Tang e Zuloaga, 2021; Jin *et al.*, 2024).

Os estudos qualitativos optaram pela técnica de estudo de caso, que se concentrou na análise dos efeitos do *Hallyu* no turismo e nas políticas governamentais relacionadas (Kim e Nam, 2015), e na análise do fenômeno como uma consequência e um impulsionador do crescimento da economia criativa (Santos e Marques, 2022). Também foi identificado um estudo com abordagem mista, que combinou a técnica de análise de dados em painel, capaz de mensurar e interpretar o impacto econômico do *Hallyu*, com o método dialético, que permite a compreensão das transformações econômicas e das medidas governamentais no contexto do fenômeno cultural (Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018). O quadro 1 ilustra as relações entre autores, abordagem e técnicas utilizadas.

Quadro 1 - Estudos analisados elencados por ordem cronológica

Autores	Abordagem	Técnicas
Kim, S. S., Nam, C. (2015)	Qualitativa	Estudo de caso
Bae, E., Chang, M., Park, E. -S., Kim, D. -C. (2017)	Quantitativa	Regressão com dados em painel Modelo de efeitos aleatórios
Huh, C. -G., Wu, J. (2017)	Quantitativa	Modelo gravitacional Método de Poisson Pseudo- Maximum Likelihood (PPML)
Lim, S., Giouvris, E. (2017)	Quantitativa	Séries temporais - Modelagem VAR Testes de causalidade em painel de dados de Dumitrescu-Hurlin (D-H)
Botovalkina, A. V., Levina, V. S., Kudinova, K. M. (2018)	Mista	Análise de dados em painel Método dialético
Seo, J. H., Kim, B. (2020)	Quantitativa	Modelagem Autorregressiva Bayesiana
Kim, H., Kim, H., Chang, B. -H., Park, J. (2021)	Quantitativa	Regressão com dados em painel Modelo gravitacional
Cho, S. -Y. (2021)	Quantitativa	Regressão com dados em painel Modelo de efeitos fixos
Lien, D., Tang, P., Zuloaga, E. (2021)	Quantitativa	Modelo gravitacional Método Augmented Dynamic Poisson Pseudo-Maximum Likelihood (PPML) Análise de robustez - PPML
Lee, C. G., How, S. -M. (2021)	Quantitativa	Análise de Cointegração em Séries Temporais
Santos, I., Marques, L. (2022)	Qualitativa	Estudo de caso
Lee, C. G., How, S. -M. (2023)	Quantitativa	Análise de Cointegração em Séries Temporais
Lim, S., Seetaram, N., Hosany, S., Li, M. (2023)	Quantitativa	Séries Temporais - ADF, VAR e IRF
Jin, F., Kim, S. -H., Choi, Y. -K., Yoo, B. -K. (2024)	Quantitativa	Regressão com dados em painel Análise de robustez - Sistema Generalized Method of Moments (GMM)

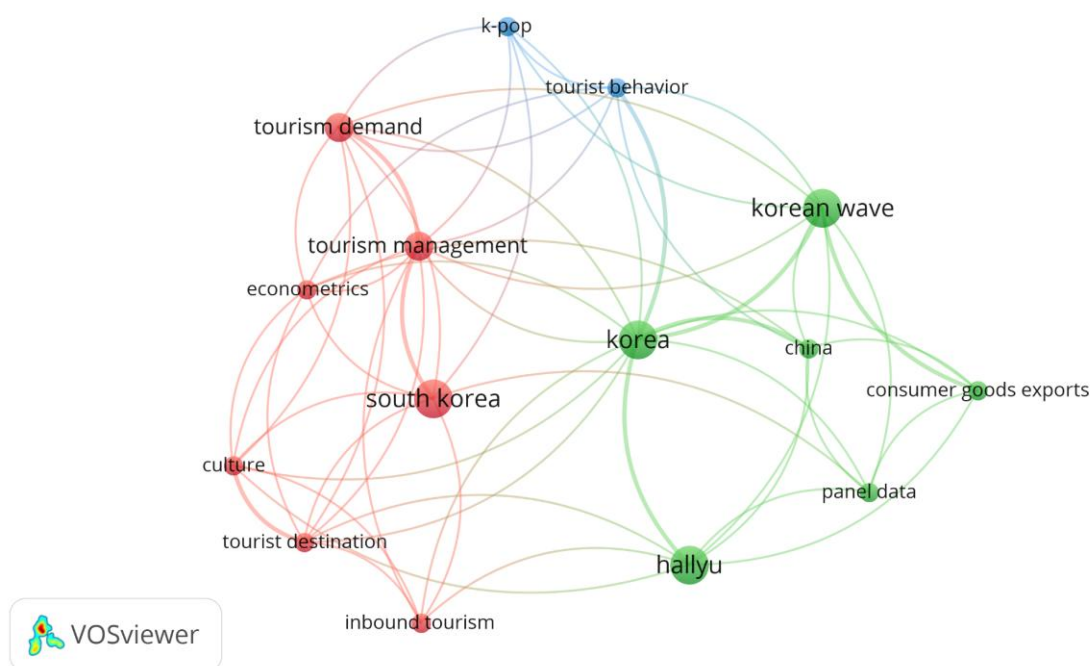
Fonte: Autoria própria.

3.2 Análise relacional

Além da análise das abordagens e técnicas metodológicas utilizadas, foi realizada uma análise relacional das palavras-chave, conduzida com o uso do software VOSviewer. Para tanto, os estudos selecionados na revisão sistemática foram exportados da base de dados Scopus em

formato CSV (Comma-Separated Values), compatibilizando o formato dos dados com os requisitos do software. No VOSviewer, foi escolhida a opção de criar um mapa baseado nos dados bibliográficos. Os arquivos foram importados e, em seguida, definiu-se o tipo de análise (co-ocorrência), a unidade de análise (todas as palavras-chave) e o método de contagem (completa). O parâmetro estabelecido foi o número mínimo de duas ocorrências por palavra-chave. O software realizou a seleção e gerou o mapa ilustrado na figura 2.

Figura 2 - Análise relacional das palavras-chave



Fonte: Autoria própria.

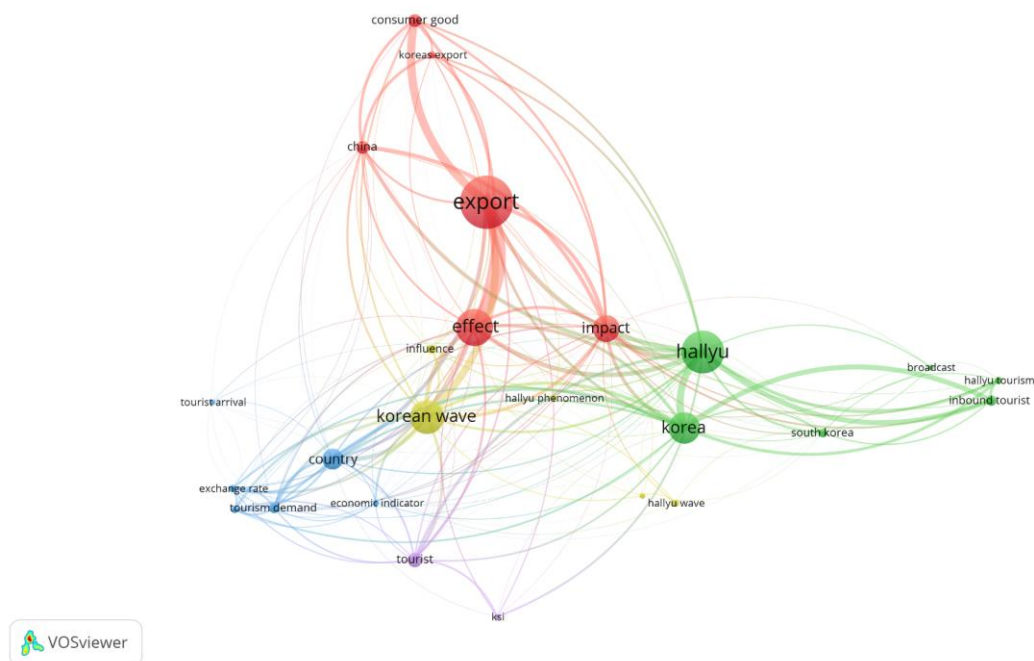
O mapa apresenta três tonalidades: vermelha, azul e verde. Na tonalidade vermelha, destacam-se as palavras-chave “south korea”, “tourism management”, “tourism demand”, “tourist destination” e “inbound tourism”. Já na azul, tem-se “tourist behavior” e “k-pop”. Por fim, na tonalidade verde, termos como “korea”, “korean wave” e “hallyu” possuem visibilidade, mas apresentam pouca relevância para a análise. Por outro lado, a palavra-chave “consumer goods exports” é a que realmente se sobressai e agrega significado dentro dessa tonalidade. As relações entre os termos no mapa mostram quais temas costumam ser abordados em conjunto nos estudos analisados.

É possível perceber que os estudos que tratam de “tourism demand” também discutem com frequência aspectos como “tourist behavior”, “k-pop”, “culture” e “tourist destination”, indicando uma abordagem integrada entre demanda turística, aspectos culturais e

comportamento dos turistas. O termo “tourism management” se conecta a “tourist behavior”, “inbound tourism”, “tourist destination” e “korean wave” sugerindo que a gestão do turismo é frequentemente analisada em articulação com o comportamento dos turistas e a valorização da Coreia do Sul como destino turístico. Observa-se, também, que “consumer goods exports” se liga a “hallyu”, “korean wave” e “korea”, indicando que muitos estudos abordam a correlação entre exportações de bens de consumo e cultura pop sul-coreana.

Ademais, foi realizada uma análise relacional dos títulos e resumos. No software, foram escolhidas as opções de criação de um mapa com base nos dados textuais, o tipo de análise (títulos e resumos) e o método de contagem (completa). Foi definido um número mínimo de cinco ocorrências por termo como critério para a seleção. Optou-se por excluir os termos “paper”, “study” e “analysis”, identificados pelo software, por serem genéricos e não contribuírem para a identificação de tendências específicas nos textos analisados (Figura 3).

Figura 3 - Análise relacional dos títulos e resumos



Fonte: Autoria própria.

Na figura 3, podem ser identificadas cinco tonalidades: vermelha, azul, verde, amarela e roxa. Na vermelha, o termo "export" se destaca como o maior no mapa, apresentando fortes conexões com "consumer good", "effect" e "impact". Na tonalidade azul, os termos "country" e "tourism demand" aparecem em maior evidência. Já na verde, destacam-se "hallyu" e "korea", com ambos fortemente ligados ao termo "inbound tourist". Por fim, nas tonalidades amarela e

roxa, encontram-se palavras mais dispersas, que possuem pouco significado isoladamente, mas ganham valor ao serem analisadas com as conexões estabelecidas com as outras tonalidades.

A análise das conexões do mapa construído com base nos termos dos títulos e resumos também permite observar quais termos costumam aparecer associados. Termos em destaque como “effect” e “impact”, conectados a palavras como “export”, “consumer good”, “koreas export”, “hallyu”, “tourism demand”, “tourist arrival” e “inbound tourist”, sugerem que os estudos têm como foco compreender os desdobramentos econômicos da cultura pop sul-coreana, tanto no comércio exterior quanto no fluxo turístico no país.

3.3 Categorias temáticas presentes nos estudos

A partir da análise relacional realizada no software VOSviewer, incluindo uma análise manual, foram identificadas as categorias temáticas mais relevantes e recorrentes nos estudos revisados, com o objetivo de entender como o impacto da cultura pop sul-coreana no turismo e na economia tem sido abordado. Dentre as categorias mais relevantes, estão: demanda turística, exportações de bens de consumo, gestão do turismo e comportamento do turista, conforme ilustrado no quadro 2.

Quadro 2 - Categorias temáticas presentes na amostra de artigos selecionada envolvendo o tema “cultura pop sul-coreana, economia e turismo”

Categoria temática	Quantidade de artigos	Autores
Demanda turística	8	Kim, S. S., Nam, C.; Bae, E., Chang, M., Park, E. -S., Kim, D. -C.; Huh, C. -G., Wu, J.; Lim, S., Giouvis, E.; Botovalkina, A. V., Levina, V. S., Kudinova, K. M.; Lien, D., Tang, P., Zuloaga, E.; Lee, C. G., How, S. -M.
Exportações de bens de consumo	5	Huh, C.-G., Wu, J.; Kim, H., Kim, H., Chang, B.-H., Park, J.; Cho, S.-Y.; Lien, D., Tang, P., Zuloaga, E.; Jin, F., Kim, S.-H., Choi, Y.-K., Yoo, B.-K.
Gestão do turismo	3	Kim, S. S., Nam, C.; Botovalkina, A. V., Levina, V. S., Kudinova, K. M.; Santos, I., Marques, L.
Comportamento do turista	2	Seo, J.H., Kim; Lim, S., Seetaram, N., Hosany, S., Li, M.

Fonte: Autoria própria.

A maioria dos estudos centraram-se em analisar a **demanda turística** impulsionada pelo consumo global da cultura pop sul-coreana (Kim e Nam, 2015; Bae *et al.*, 2017; Huh e Wu, 2017; Lim e Giouvris, 2017; Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018; Lien, Tang e Zuloaga, 2021; Lee e How, 2021, 2023). Kim e Nam (2015) apresentaram uma visão panorâmica das chegadas de turistas internacionais à Coreia entre 2004 e 2013 de modo a revelar um crescimento nas chegadas de 2009 a 2013 impulsionado pela música, séries e filmes. Butovalkina, Levina e Kudinova (2018), ao avaliarem as chegadas de turistas internacionais de 2014 a 2016, também analisaram a saída de turistas russos para a Coreia de 2010 a 2016. Os autores argumentaram que a onda coreana foi responsável pelo aumento na chegada de turistas estrangeiros, incluindo o ingresso de turistas russos, os quais são atraídos para visitar os locais retratados no audiovisual coreano.

Os estudos de Bae *et al.* (2017) e Lim e Giouvris (2017) investigaram como a onda coreana e indicadores econômicos influenciam a chegada de turistas à Coreia do Sul. Bae *et al.* (2017) focaram nas demandas turísticas de quatro países (EUA, China, Japão e Hong Kong) entre 1997 e 2014. Lim e Giouvris (2017), por sua vez, analisaram dados de sete países asiáticos entre 2007 e 2013, incorporando ainda indicadores de humor e sentimento na pesquisa. Ambos os estudos concluíram que a exportação de conteúdos culturais impacta o número de visitantes. Lim e Giouvris (2017) destacaram que o *Hallyu* foi o único fator a apresentar resultados consistentes, junto com o indicador econômico de desemprego nos países de origem dos turistas. Já Bae *et al.* (2017) apontaram que fatores como o PIB do país de origem e a taxa de câmbio também influenciam as decisões de viagem.

Huh e Wu (2017) chegaram a conclusões semelhantes em um estudo que abrangeu 40 países entre 2006 e 2014. Além de confirmar os achados anteriores, os pesquisadores observaram que o *Hallyu* reduz a sensibilidade dos turistas aos custos de viagem e, na ausência dessa influência, o turismo para a Coreia do Sul torna-se mais dependente de taxas de câmbio favoráveis. O estudo concluiu que o fluxo de turistas depende fortemente do consumo cultural e da competitividade econômica dos países de origem, sendo o *Hallyu* um fator adicional e até substitutivo dos fatores econômicos na decisão de viagem. Complementando essa linha de pesquisa, Lien, Tang e Zuloaga (2021), ao analisarem as chegadas de turistas entre 2000 e 2018, fizeram uma segmentação por gênero, revelando que o fenômeno atrai mais turistas do gênero feminino do que masculino.

Lee e How (2021) investigaram a relação de longo prazo entre as exportações de conteúdo sul-coreano e o número de turistas estrangeiros na Coreia, abrangendo o período de

2004 a 2018, com um foco específico nos turistas asiáticos. Os resultados indicaram uma relação positiva entre a expansão da indústria cultural coreana e o aumento no número de turistas oriundos da Ásia. Em estudo mais recente, Lee e How (2023) realizaram uma análise comparativa entre as influências das transmissões televisivas (filmes, séries e programas de variedades) e da música (K-pop) sobre o turismo receptivo na Coreia. Os autores concluíram que as transmissões televisivas têm um impacto maior sobre o turismo receptivo do que o K-pop, ressaltando que a exibição de locais em filmes, séries e programas de variedades contribui para promover a imagem do destino turístico da Coreia do Sul.

Diante dos estudos ora explorados, há evidências quanto à existência da relação entre o aumento de fluxos turísticos para a Coreia do Sul e a disseminação da cultura coreana. Muitos estudos (Kim e Nam, 2015; Bae *et al.*, 2017; Lim e Giouvris, 2017; Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018; Lee e How, 2021) relataram o aumento do turismo receptivo e, de acordo com Santos e Kadota (2012), o aumento no volume das exportações turísticas, isto é, o aumento dos gastos dos turistas estrangeiros na Coreia do Sul, pode contribuir para que o saldo da balança comercial do turismo nesse país seja positivo, conforme explicam Carvalho e Vasconcelos (2006).

Essa injeção de renda na Coreia do Sul, propiciada pelas exportações turísticas, também gera a disseminação de diversas cadeias produtivas na economia sul-coreana, uma vez que os empreendimentos e atrativos turísticos da Coreia do Sul demandam progressivamente produtos e serviços oriundos dos mais diversos setores econômicos para poderem prestar seus serviços turísticos, ampliando o efeito indireto do turismo na economia, conforme enunciado por Cooper *et al.* (2007).

Os estudos analisados não se limitaram a investigar apenas a correlação entre o número de turistas e a popularidade da cultura pop. Alguns deles direcionaram suas análises para considerar o **comportamento do turista**, levando em conta as influências nas decisões de consumo e as dinâmicas sociais que moldam a escolha dos destinos.

Nessa perspectiva, Seo e Kim (2020) destacaram o conceito de "product placement" — técnica de marketing onde produtos são inseridos de maneira sutil em conteúdos de entretenimento. O estudo avaliou o impacto dessa estratégia na chegada de turistas de seis países asiáticos (China, Taiwan, Japão, Malásia, Hong Kong e Vietnã) entre 1993 e 2016. A partir dessa análise, os pesquisadores concluíram que a familiaridade com a Coreia do Sul, gerada pela exibição de destinos turísticos no audiovisual e em videocliques musicais, funciona como uma forma eficaz de propaganda, atraindo turistas. Dessa forma, o país é apresentado como um “produto”, que está intrinsecamente ligado a todos os elementos associados ao *Hallyu*.

Lim *et al.* (2023) exploraram outro conceito: o “efeito manada” ou “comportamento de manada” — comportamento social no qual indivíduos tomam decisões com base nas escolhas de outros em um grupo — observado nas mídias sociais. Os pesquisadores analisaram dados de 2013 a 2019 de 10 países, divididos em dois grupos: países asiáticos (Japão, Malásia, Hong Kong, Singapura, Taiwan e Tailândia) e países ocidentais (Canadá, Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido).

Para isso, utilizaram um modelo para estimar o efeito manada com base no volume de buscas no Google e YouTube, além de desenvolverem um novo índice para medir o impacto da onda coreana, combinando dados tradicionais de exportação com o efeito manada estimado. Os resultados indicaram que a cultura pop influencia a demanda turística e que as mídias sociais amplificam esse efeito por meio do comportamento de manada. O efeito manada se mostrou mais pronunciado entre os turistas asiáticos, enquanto os turistas ocidentais apresentaram uma resposta mais moderada.

As pesquisas que associaram as **exportações de bens de consumo** à onda coreana também figuraram entre as principais categorias temáticas. Enquanto alguns trabalhos abrangeram as exportações da Coreia do Sul para diversos países (Huh e Wu, 2017; Kim *et al.*, 2021; Lien, Tang e Zuloaga, 2021), Cho (2021) e Jin *et al.* (2024) direcionaram suas análises especificamente para o continente europeu e a China, respectivamente. Huh e Wu (2017) investigaram o fluxo de exportações de bens de consumo da Coreia do Sul para 40 países entre 2006 e 2014. Kim *et al.* (2021) ampliaram o escopo, considerando 102 países no período de 2001 a 2017. Lien, Tang e Zuloaga (2021) analisaram o total de exportações sul-coreanas de 2000 a 2018. Por sua vez, Cho (2021) utilizou dados de comércio bilateral entre a Coreia do Sul e países europeus, abrangendo quatro décadas (1980-2019). Por último, Jin *et al.* (2024) trabalharam com dados em nível provincial da China do período de 2011 a 2020.

Cho (2021) afirmou que o surgimento da onda coreana após os anos 2000 trouxe impactos notáveis para as exportações sul-coreanas, causando um efeito multiplicador. Huh e Wu (2017), Kim *et al.* (2021), Lien, Tang e Zuloaga (2021) e Jin *et al.* (2024) corroboraram essa afirmação, uma vez que seus resultados confirmaram que a popularidade da cultura sul-coreana ao redor do mundo — incluindo produções audiovisuais, música e entretenimento — exerce um impacto positivo sobre as exportações de bens de consumo da Coreia do Sul. Jin *et al.* (2024) acrescentaram que o setor audiovisual foi o que mais influenciou as exportações de bens de consumo para a China. Em contraste, a influência da música e do entretenimento, embora presente, foi menos significativa.

No entanto, os efeitos variam conforme a categoria de produtos e a região. Foi identificado um impacto significativo nas exportações de bens de consumo não duráveis e semiduráveis, como alimentos, roupas e cosméticos; o efeito foi menos expressivo nos bens duráveis, como eletrônicos (Huh e Wu, 2017). Em paralelo, Cho (2021) não encontrou evidências de que as exportações culturais impactem as exportações de bens duráveis destinados à Europa. Huh e Wu (2017) também discutem a variação dos efeitos nos 40 países. Os autores observaram que as exportações de bens de consumo para países do leste asiático estavam abaixo da média esperada, apesar de serem os maiores importadores, enquanto as exportações para a América do Norte superaram as expectativas. Cho (2021) concluiu que a Europa Oriental é maior importadora do que a Europa Ocidental.

Alguns estudos não apenas destacaram os impactos reais do *Hallyu* na Coreia do Sul, mas também investigaram a **gestão do turismo** em resposta a esse fenômeno. Com o objetivo de aprofundar a compreensão, essas pesquisas examinaram a evolução das políticas governamentais voltadas para maximizar os efeitos positivos da onda coreana e os consequentes avanços no desenvolvimento econômico do país (Kim e Nam, 2015; Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018; Santos e Marques, 2022).

Kim e Nam (2015) apontaram que, apesar do reconhecimento do governo sul-coreano sobre a importância do *Hallyu* para o turismo, até aquele momento não havia uma política abrangente destinada a potencializar seus impactos. Em contraste, Butovalkina, Levina e Kudinova (2018) destacaram as iniciativas governamentais para fortalecer a indústria do turismo, com ênfase no apoio à indústria cultural. Para os autores, as políticas públicas foram essenciais para a promoção e a manutenção do *Hallyu*, assim como o papel das empresas privadas de turismo na divulgação de produtos turísticos vinculados ao fenômeno. Santos e Marques (2022) complementam essa visão ao afirmarem que, após 2013, a Coreia do Sul transformou suas práticas em relação à economia criativa, consolidando-se como um modelo de referência no cenário global.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo identificar o impacto da cultura pop sul-coreana, mais especificamente do K-pop, no turismo e na economia da Coreia do Sul por meio da realização de uma revisão sistemática, com vistas a compilar e sintetizar as principais abordagens que emergiram ao longo dos últimos anos, particularmente desde 2013.

Nos diversos estudos analisados, há um consenso quanto à influência da cultura pop sul-coreana no aumento das exportações de bens de consumo e do ingresso de turistas estrangeiros ao país. O *Hallyu* é destacado como um fator relevante no aumento do fluxo de turistas, superando até mesmo outros elementos econômicos tradicionais de impacto turístico (Bae *et al.*, 2017; Lim e Giouvris, 2017), além de reduzir a sensibilidade dos turistas em relação aos custos de viagem (Huh e Wu, 2017).

Foi observado, também, que o fenômeno exerce maior influência sobre o público feminino (Lien, Tang e Zuloaga, 2021), ao passo que outros estudos ressaltam a importância do *Hallyu* na promoção internacional da imagem do país (Seo e Kim, 2020). Ainda nesse contexto, destaca-se o chamado efeito manada no consumo de produtos coreanos, mais evidente entre turistas asiáticos, embora também presente, de forma mais sutil, entre os ocidentais, comportamento que igualmente se manifesta no ingresso de turistas (Lim *et al.*, 2023).

Os estudos apontam ainda que o *Hallyu* não apenas impulsionou o setor turístico, mas também favoreceu o crescimento das exportações sul-coreanas (Huh e Wu, 2017; Kim *et al.*, 2021; Lien, Tang e Zuloaga, 2021; Cho, 2021; Jin *et al.*, 2024). Alguns autores sugerem que os efeitos econômicos são mais perceptíveis nas exportações de bens de consumo não duráveis (Huh e Wu, 2017; Cho, 2021). Além disso, ainda que os impactos mais expressivos tenham sido observados em países asiáticos e do Leste Europeu, também se destacam dados relevantes referentes à América do Norte (Huh e Wu, 2017; Cho, 2021).

Estudos mais recentes (Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018; Santos e Marques, 2022) chamam atenção para o papel das políticas públicas na potencialização dos benefícios trazidos pelo *Hallyu*. Todavia, pesquisas anteriores voltadas à gestão do turismo (Kim e Nam, 2015) não identificaram evidências quanto à atuação governamental nesse processo.

Nota-se que, embora a maioria dos estudos destaque a influência da cultura pop sul-coreana como um todo no turismo e na economia, alguns autores ressaltam o papel das produções audiovisuais como o principal vetor para o aumento do fluxo turístico e das exportações de bens de consumo, em detrimento do K-pop (Butovalkina, Levina e Kudinova, 2018; Lee e How, 2023; Jin *et al.*, 2024).

A partir da análise dos 14 estudos, exposta durante a trajetória deste trabalho, pode-se chegar a duas principais conclusões: a cultura pop sul-coreana tem impacto no turismo e economia da Coreia do Sul, principalmente no que diz respeito à chegada de turistas estrangeiros e às exportações de bens de consumo não duráveis; e o impacto do K-pop não é tão expressivo quanto o do audiovisual.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, algumas limitações importantes foram identificadas. Uma das limitações desta pesquisa se deve ao recorte adotado, que se restringiu a uma única base de dados, a Scopus. Dessa forma, ficaram de fora produções científicas, inclusive oriundas da Coreia do Sul, que poderiam ter contribuído para uma análise mais ampla e aprofundada sobre o tema.

Outro fator limitante refere-se aos critérios de exclusão estabelecidos na seleção dos estudos. Embora esses critérios tenham sido necessários para garantir a consistência metodológica da pesquisa, eles também podem ter reduzido o número de trabalhos analisados, o que, conseqüentemente, pode ter influenciado os resultados encontrados.

Observou-se ainda que, apesar de existirem estudos que relacionam a cultura pop sul-coreana com indicadores econômicos e exportações de bens de consumo, nenhum deles abordou diretamente o impacto da onda coreana no Produto Interno Bruto (PIB) da Coreia do Sul. Mesmo entre os estudos que tratam da cultura pop de forma mais abrangente, incluindo o K-pop, poucos analisam especificamente os efeitos econômicos dessa indústria musical. Outrossim, percebeu-se uma concentração maior de pesquisas voltadas para o setor audiovisual, como filmes e séries, em detrimento de outras manifestações culturais, como shows e eventos musicais. Não foram encontrados estudos que tratassem, de forma específica, dos impactos econômicos gerados por eventos de K-pop (shows, turnês e festivais) realizados na Coreia do Sul.

Nesse sentido, sugere-se que pesquisas futuras explorem com mais profundidade os efeitos diretos da onda coreana no PIB do país, bem como os impactos específicos de eventos culturais relacionados ao K-pop na economia e no turismo sul-coreano. Essas abordagens, ainda pouco exploradas, poderiam contribuir significativamente para o avanço do conhecimento sobre o papel da cultura pop como motor econômico.

Por fim, conforme evidenciado ao longo deste trabalho, confirma-se a veracidade da afirmação apresentada na introdução de que o crescente engajamento da cultura popular da Coreia do Sul posiciona o país como um destino cada vez mais atraente e impulsiona o turismo e a economia.

REFERÊNCIAS

- ARMSTRONG, C. K. **Parasite and the global arrival of Korean cinema: notes from the underground**. In: KIM, Y. (Ed.). **The soft power of the Korean wave: Parasite, BTS and drama**. Abingdon, Oxon; New York: Routledge, 2022. p. 54-66.
- BAE, E. S.; CHANG, M.; PARK, E. S.; KIM, D. C. The effect of Hallyu on tourism in Korea. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 3, n. 22, 2017.
- BOTOVALKINA, A. V.; LEVINA, V. S.; KUDINOVA, K. M. **Economics of cultural tourism: The case of the Korean Wave**. In: **Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry**. Londres: CRC Press, 2018. p. 203-207.
- CABUGUEIRA, Artur. A importância económica do Turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 2, p. 97-104, 2005.
- CARVALHO, L. C. P. de; VASCONCELOS, M. A. S. de. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- CHO, Seo-Young. Exporting the Korean Wave to Europe: An Analysis of the Trade Effect. **Korea Observer**, v. 52, n. 3, p. 541-566, 2021.
- COOPER, C. **O impacto econômico do turismo**. In: COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHILL, S. **Turismo: princípios e práticas**. Tradução de Alexandre Salvaterra. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. p. 168-182.
- DENYER, D.; TRANFIELD, D. **Producing a systematic review**. In: BUCHANAN, D. (ed.). **The Sage Handbook of Organizational Research Methods**. London: Sage, 2009. p. 671-689.
- ELSEVIER. **Scopus**: comprehensive, multidisciplinary, trusted abstract and citation database. Disponível em: <https://www.elsevier.com/products/scopus>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- HUH, C.-G.; WU, J. Do Hallyu (Korean Wave) exports promote Korea's consumer goods exports? **Emerging Markets Finance and Trade**, v. 53, n. 6, p. 1388-1404, 2017.
- JIN, F.; KIM, S.-H.; CHOI, Y.-K.; YOO, B.-K. A study on the impact of Hallyu (Korean Wave) on Korea's consumer goods exports to China: Panel analysis using big data and provincial-level data. **Sustainability**, v. 16, 2024, art. 4083.
- KIM, H.; KIM, H.; CHANG, B.-H.; PARK, J. The Impact of Korean Wave on the Distribution of Consumer Goods Exports. **Journal of Distribution Science**, v. 19, n. 4, p. 37-51, 2021.
- KIM, S.; NAM, C. Hallyu revisited: Challenges and opportunities for the South Korean tourism. **Asia Pacific journal of tourism research**, v. 21, n. 5, p. 524-540, 2015.

KOREA FOUNDATION. **2023 Analysis of Global Hallyu Status**. 2023. Disponível em: https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/0402_global_hallyu_status_eng. Acesso em: 27 jun. 2024.

KOREA TIMES. Korean boy group BTS named in Billboard's greatest pop stars of the 21st century. Publicado em 11 set. 2024. Disponível em: <https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/k-pop/20240911/korean-boy-group-bts-named-in-billboards-greatest-pop-stars-of-the-21st-century>. Acesso em: 15 abr. 2025.

KOREA TOURISM ORGANIZATION. Korea Tourism Data Lab. Tourism Statistics. Disponível em: <https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/ts/getEntcnyFrngCust2Form.do>. Acesso em: 09 fev. 2025.

KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE (KOFICE). **Hallyu White Paper 2023**. Seul: KOFICE, 2024.

LAGE, B.; MILONE, P. **Economia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2009.

LEE, C. G.; HOW, S.-M. Hallyu tourism: impacts on inbound tourists to South Korea. **Current issues in tourism**, v. 25, n. 9, p. 1361–1367, 2021.

LEE, C. G.; HOW, S.-M. Hallyu tourism: The effects of broadcast and music. **Tourism economics**, v. 29, n. 1, p. 282–287, 2023.

LIEN, D.; TANG, P.; ZULOAGA, E. Effects of Hallyu and the King Sejong Institute on International Trade and Services in Korea. **The International Trade Journal**, v. 36, n. 1, p. 6-23, 2021.

LIM, S.; GIOUVRIS, E. Tourist arrivals in Korea: Hallyu as a pull factor. **Current Issues in Tourism**, v. 23, n. 1, p. 99-130, 2017.

LIM, S.; SEETARAM, N.; HOSANY, S.; LI, M. Consumption of pop culture and tourism demand: Through the lens of herding behaviour. **Annals of Tourism Research**, v. 99, 2023, p. 103531. ISSN 0160-7383.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Rever totalmente o turismo global pode representar uma oportunidade no pós-pandemia. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/01/1775802>. Acesso em: 05 jul. 2024.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Universidade Feevale, 2013.

SANTOS, G.; KADOTA, D. **Economia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

SANTOS, I.; MARQUES, L. South Korea's Creative Economy: A Case Study on the Hallyu Wave (Korean Wave). **E-Revista de Estudos Interculturais**, n. 10, 2022.

SEO, J. H.; KIM, B. The “Hallyu” phenomenon: Utilizing tourism destination as product placement in K-POP culture. **Tourism economics**, v. 26, n. 4, p. 719-728, 2020.

SOARES, T. **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. Rio de Janeiro: Logos, v. 2, n. 24, 2014.

TRIBE, J. **Economia do Lazer e do Turismo**. São Paulo: Manole, 2003.

TROLAN, J. A look into Korean popular culture and its tourism benefits. **International Journal of Educational Policy Research and Review**, v. 4, n. 9, p. 203-209, 14 set. 2017.

URPIA, R. **A Cultura Pop como modeladora de gerações**. Disponível em: <https://institutodea.com/artigo/a-cultura-pop-como-modeladora-de-geracoes/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). **Economic Impact**. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em: 04 jul. 2024.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). **South Korea's Travel and Tourism Sector Set to Reach New Heights in 2024**. Disponível em: <https://wttc.org/news-article/south-koreas-travel-and-tourism-sector-set-to-reach-new-heights-in-2024>. Acesso em: 04 jul. 2024.