



A ASCENSÃO DA CULTURA SUL-COREANA NO BRASIL E SUA INFLUÊNCIA MUNDIAL

Santos, Yara Cristina dos¹, Rocha, Maria Alice Guarani²

¹Universidade Federal de Minas Gerais/Departamento de Engenharia Química/Escola de Engenharia, ysantos@ufmg.br

²Universidade Federal de Minas Gerais/Departamento de Parasitologia/Instituto de Ciências Biológicas, maliceguarini@ufmg.br

Resumo: A influência da cultura sul-coreana está presente no Brasil desde a época das imigrações, em meados do século XX. Porém, chegou ao seu apogeu com a popularização do “k-pop” e dos dramas televisivos coreanos, os “Doramas”, somente nos últimos 10 anos. Nosso trabalho analisa as origens dessa influência, sua ascensão financeira e os impactos sobre o público que a consome, que atualmente é diverso.

Palavras-chave: cultura, sul coreano, k pop, dorama.

1. Introdução: influência da cultura sul coreana no país e consequente mudança na indústria e forma de consumir entretenimento

A imigração sul-coreana é registrada oficialmente no Brasil em fevereiro de 1963. Coincidente com o período pós-Guerra da Coreia, em que a população buscava por melhores condições de vida fora do país de origem. [6]

No entanto, a cultura sul-coreana expandiu-se para o mundo, de modo significativo, a partir do início do século XXI. Isso porque o governo coreano ainda no final do século passado aumentou os investimentos na produção de entretenimento televisivo, musical e entre outros em reflexo à crise enfrentada em 1997. Sendo uma das intenções dessa estratégia a diminuição de importação desse tipo de produto e o aumento da exportação. Surgindo o Hallyu, ou “onda coreana”, termo que surgiu na China para referir-se à expansão da influência sul-coreana no mundo. [5]

Já em 2008 a Coreia viu essa política ser definida como “Soft Power”, ou seja, uma forma de política que não é agressiva, exercendo influência sobre outros Estados através da cultura.[8] E, com ainda mais investimentos nesse setor cultural, na última década o país experimentou a expansão da onda coreana. Mas, com a chegada dos Streamings, percebeu que seu modelo político e, significativamente,

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.1	n.15	2023.1	e-ISSN: 2317-0220
-------------------------------	----------------	-----	------	--------	-------------------

Realização:

Apoio:

Produção:





UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
UEADSL2023.1 - LIBERDADE E PRECONCEITO

econômico estava ameaçado. Assim, foi criado um streaming nacional, o Wavve, com o intuito de barrar a entrada de empresas como a Netflix. Desse modo, foi possível reforçar a soberania de suas próprias produções dentro do país e, ao mesmo tempo, usar as plataformas estrangeiras para aumentar ainda mais o consumo e disseminação da sua cultura em outros países. [4]

Portanto, o aumento do consumo da cultura pop sul-coreana, principalmente na pandemia, não foi acaso, mas uma estratégia de exportação cultural. Com isso, o Brasil se tornou o terceiro país do mundo que mais consumiu os k-dramas (como são chamados os seriados coreanos) durante a pandemia. [3]

Alguns impactos já podem ser observados no Brasil. Recentemente, a HBO, empresa estadunidense de produções cinematográficas, anunciou está produzindo uma série brasileira com estrutura e roteiro baseados nos seriados coreanos, com o título “Além do Guarda-Roupa”. A Netflix lançou recentemente um seriado com condições bastante parecidas com as produções do país asiático, “XO, Kitty”.

2. Desenvolvimento do entretenimento Sul Coreano e ascensão de uma indústria bilionária

Após a Guerra da Coreia, o país se tornou um dos maiores exportadores mundiais de tecnologia, bens de consumo e industriais, o que conseqüentemente o classifica como um dos maiores crescimentos econômicos do último século. O que não era esperado, é que o país se tornaria também um dos maiores exportadores da indústria musical, competindo com a indústria estadunidense. A onda de influência da cultura sul-coreana, entretanto, não se limita apenas a essa indústria. Também é possível observar essa influência nos hábitos, costumes, vestimenta, indústria de cosméticos, além de conteúdos consumidos como seriados e novelas, denominados “dramas” e “K-dra-mas”. Para fins de exemplificação, a Netflix anunciou no início do ano de 2023, a produção de 34 novos dramas. Isso reflete o consumo desse conteúdo pelo público, que é um objeto de estudo à parte, uma vez que é possível observar o crescimento exponencial do consumo desse tipo de conteúdo no Brasil nos últimos anos. Isso é reflexo direto da onda coreana, Hallyu.[3]



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
UEADSL2023.1 - LIBERDADE E PRECONCEITO

É preciso analisar, então, como essa indústria se tornou uma das mais lucrativas do setor de entretenimento, e como isso foi diretamente financiado pelo governo coreano e pela iniciativa privada. O KOCIS, Serviço de Cultura e Informação da Coreia presta apoio e incentivo à indústria há algumas décadas. Esse investimento é a base do Hallyu e também faz parte da recuperação financeira do país, que teve origem após a crise financeira asiática de 1997. [5]

Todo esse investimento por parte do governo gerou lucrativos frutos. De acordo com pesquisas do Instituto Hyundai, só uma banda de k-pop, o BTS, rende US \$3,6 bilhões por ano à Coreia do Sul, isso acontece devido a difusão do k-pop. Apenas o hit Dynamite, da banda, gerou US \$1,5 bilhões para a economia do país. Após o lançamento da música, o país registrou uma arrecadação de 312 milhões de dólares a mais em exportação de bens e consumos relacionados ao k-pop. Houve também crescimento nas indústrias de cosméticos e roupas influenciados pelo grupo, com um aumento de, respectivamente, US \$240 milhões e US \$180 milhões. [1]

3. Metodologia

Essa pesquisa foi conduzida a partir da minuciosa análise de artigos científicos, fatos históricos, dados, monografias, análise comportamental do público estudado em comunidades online e redes sociais, experiências coletivas e individuais das autoras.

4. Análise e Interpretação dos Dados

O primeiro contato significativo com a cultura pop coreana no Brasil ocorreu no início da década passada com a chegada do K-pop no país. Em 2012 o mundo viu a música “Gangnam Style” do artista Psy, sul-coreano, atingir inúmeros recordes, inclusive o de clipe mais assistido no Youtube. No Brasil não foi diferente, a canção também conseguiu muito sucesso. A partir desse ponto o contato do brasileiro com esse ritmo musical aumentou ainda mais ao longo dos anos. O Brasil ainda é considerado como o sexto país que mais cita K-pop no Twitter no mundo.

Um exemplo disso foi a turnê da boy band BTS em 2019. Feita em estádios, o grupo

faturou US \$116,6 milhões, no Brasil, com dois shows em São Paulo, com cerca de 80 mil ingressos vendidos para os dois shows e esgotaram em 10 minutos.

Data	Cidade	País	Local	Comparecimento	Rendimento	Continentes					
						Continentes					
						Continentes 1 - América do Norte					
4 de maio de 2019	Pasadena	Estados Unidos	Rose Bowl	113,040 (100%)	US\$ 16,6M ^[57]	1 de junho de 2019	Londres	+ Inglaterra	Wembley Stadium	114,583 (100%)	US\$ 13,529,201 ^[58]
5 de maio de 2019						2 de junho de 2019					
11 de maio de 2019	Chicago	Estados Unidos	Soldier Field	88,156 (100%)	US\$ 13,345,795 ^[58]	7 de junho de 2019	Saint-Denis	França	Stade de France	107,328 (100%)	US\$ 13,398,884 ^[59]
12 de maio de 2019						8 de junho de 2019					
						Continentes 3 - Europa					
						Continentes 4 - Ásia					
18 de maio de 2019	East Rutherford	Estados Unidos	MetLife Stadium	98,574 (100%)	US\$ 14,050,410 ^[58]	6 de julho de 2019	Osaka	Japão	Yanmar Stadium Nagai	101,554 (100%)	US\$ 9,832,610
19 de maio de 2019	7 de julho de 2019										
						Continentes 2 - América do Sul					
25 de maio de 2019	São Paulo	Brasil	Allianz Parque	84,728 (100%)	US\$ 7,872,113 ^[59]	13 de julho de 2019	Shizuoka	Japão	Shizuoka Stadium	107,153 (100%)	US\$ 10,486,317
26 de maio de 2019						14 de julho de 2019					

Figura 1: Faturamento da turnê Love Yourself: Speak Yourself, do BTS, por país e continente.

Paralelamente à expansão do k-pop no país, tem-se os k-dramas. O consumo por esse gênero de entretenimento se intensificou na última década. A Netflix, sendo uma das responsáveis por esse crescimento, aumentou o investimento nas produções sul-coreanas. A plataforma é a distribuidora de títulos que fizeram muito sucesso, como Round 6 e “Uma advogada extraordinária”, e já anunciou o investimento de US \$2,5 bilhões em produções sul-coreanas. [8]

Como já exposto, o investimento e a priorização da cultura no governo coreano, é a base para esse resultado. Em 2020, na premiação do Oscar, o filme Parasite, produção sul-coreana, não só ganhou o principal prêmio, Melhor Filme, como também tem o título de primeiro filme de língua não inglesa a receber esse prêmio.

Um dado que expressa diretamente a influência sul-coreana no Brasil é que o número de visitantes brasileiros indo ao país asiático triplicou em 15 anos. Em 2003 o número de turistas saindo do Brasil foi de 4,8 mil, já em 2018, 19,7 mil turistas brasileiros. [2] Todos esses dados mostram que a Coreia do Sul está exercendo um papel importante no cenário mundial, principalmente em relação à influência cultural (na última década o governo coreano abriu 130 escolas para ensinar o idioma do país em mais de 50 países). [7]



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
UEADSL2023.1 - LIBERDADE E PRECONCEITO

5. Conclusão

Dizer que o contato com a cultura da Coreia do Sul é algo apenas fugaz ou um acontecimento ao acaso é raso. Após tantos anos de investimentos públicos e privados em um setor muitas vezes negligenciado por outros Estados, hoje o país asiático está registrando sua importância dentre os maiores da indústria, se mostrando competitivo, altamente qualificado, diverso e muito organizado. Pode-se afirmar que o Hallyu está criando novos hábitos no ocidente, fazendo com que os coreanos ocupem espaços que antes eram predominantemente dominados pelos estadunidenses e europeus, e não tem demonstrado que o sucesso estrondoso é passageiro, mas que veio para ser como um dos mais relevantes do mundo. No Brasil, que há alguns anos pouco se ouvia falar sobre a Coreia, hoje o país é admirado, objeto de curiosidade e estudos, como ficou claro ao longo da realização deste trabalho, devido a quantidade considerável de material disponível.

Referências

BASSO, Murilo. De Parasita a K-pop: a bilionária “onda coreana”. Estadão, 2020. Disponível em: <<https://investidor.estadao.com.br/comportamento/kpop-parasita-a-bilionaria-onda-coreana/>>. Acesso em: 22 de maio de 2023.

FONSECA, Roberta. Coreia do Sul: curiosidades e dicas de turismo para 2021. Assistente de viagem, 2021. Disponível em: <<https://assistentedeviajem.com.br/blog/coreia-do-sul/>>. Acesso em: 22 de maio de 2023.

MARQUES, Ana Flávia. Brasil é o terceiro país do mundo que mais consumiu doramas. O Povo, 2021. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/vidaearte/2021/08/10/brasil-e-o-3-pais-do-mundo-que-mais-consumiu-doramas-na-pandemia.html>>. Acesso em: 21 de maio de 2023.

MAZUR, Daniela; MEIMARIDIS, Melina; DANIEL, Rios. O mercado de streaming na Coreia do Sul: disputas internas e a invasão estrangeira. Revista No-vos Olhares, 10 (01), 88-100. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novo-solhares/article/view/175837/174510>. Acesso em: 04 de maio, 2023.

MONTEIRO, Maria C. Brigo da Silva. Um mergulho na onda coreana, nostalgia e cultura pop na série de k-dramas “Replay”, Disponível em: <https://encurtador.com.br/csOW7>. Acesso em: 04 de maio, 2023.

MONTEIRO, Rafael; BASTOS, Sênia. Imigração coreana. A questão da reemigração e do retorno. TRAVESSIA - revista do migrante, Nº 69, julho-dezembro, 2001. Disponível em: <https://revistatravessia.com.br/travessia/article/view/484>. Acesso em:

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.1	n.15	2023.1	e-ISSN: 2317-0220
Realização:	Apoio:				Produção:





UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
UEADSL2023.1 - LIBERDADE E PRECONCEITO

21 mai. 2023.

SILVA, M. C. B da. Soft Power e a Hallyu: um olhar para o desenvolvimento da Coreia do Sul. Disponível em: <https://encurtador.com.br/elsN2>. Acesso em: 04 de maio, 2023.

SILVA, Matheus Rocha da. Mais doramas: Netflix vai investir US \$2,5 bilhões em produções coreanas. Tec Mundo, 2023. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/minha-serie/263256-doramas-netflix-investir-us-2-5-bilhoes-producoes-coreanas.htm>. Acesso em: 22 de maio de 2023.



Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob os termos da Licença Creative Commons Atribuição Não Comercial-Compartilha Igual (CC BY-NC- 4.0), que permite uso, distribuição e reprodução para fins não comerciais, com a citação dos autores e da fonte original e sob a mesma licença.

Grupo de Pesquisa Texto Livre	Belo Horizonte	v.1	n.15	2023.1	e-ISSN: 2317-0220
-------------------------------	----------------	-----	------	--------	-------------------

Realização:

Apoio:

Produção:

