

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**CULTURA COMO ESTRATÉGIA DE EXPORTAÇÃO E PROJEÇÃO
INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE DA EXPANSÃO DA ONDA COREANA (2020-
2024)**

GABRIEL FERREIRA DOS SANTOS VIEIRA

**CAMPO GRANDE
2026**

GABRIEL FERREIRA DOS SANTOS VIEIRA

**CULTURA COMO ESTRATÉGIA DE EXPORTAÇÃO E PROJEÇÃO
INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE DA EXPANSÃO DA ONDA COREANA (2020-
2024)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof.^a Dra. Luciane Cristina Carvalho.

**CAMPO GRANDE
2026**

TERMO DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “**CULTURA COMO ESTRATÉGIA DE EXPORTAÇÃO E PROJEÇÃO INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE DA EXPANSÃO DA ONDA COREANA (2020-2024)**” submetido à Banca Examinadora por GABRIEL FERREIRA DOS SANTOS VIEIRA como exigência parcial para conclusão do Curso de Ciências Econômicas, da Escola de Administração e Negócios, e demais requisitos necessários para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, em concordância com as normas e formalidades legais exigidas, sendo considerado: _____.

Campo Grande (MS), ____ de _____ de 2026.

Prof.^a Dra. Luciane Cristina Carvalho - Presidente
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof.^a Dra. Jackelline Favro - Membro
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Leonardo de Oliveira Dresch - Membro
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a minha família. À minha mãe, obrigado por todo o amor, apoio e esforço ao longo dessa trajetória. Aos meus tios, por todo carinho, compreensão e apoio nessa cidade. Aos meus avós, que mesmo distantes foram essenciais ao longo da minha trajetória acadêmica.

As minhas amigas, Maria Eduarda e Thaynara, que estiveram presentes comigo desde a escola. Obrigado por todo incentivo para continuar e por nunca deixarem de torcer por mim.

Aos meus colegas que fiz durante a graduação. Iniciar o curso durante uma pandemia foi um desafio que só se tornou possível graças a companhia de vocês.

Por fim, agradeço aos professores, técnicos e funcionárias da ESAN, especialmente a minha orientadora Luciane Cristina Carvalho, pelos conhecimentos recebidos ao longo do curso e por todas as contribuições para com este trabalho.

RESUMO

Este trabalho analisou a relação entre a cultura e a economia, compreendendo a cultura como um setor relevante para análises econômicas. A literatura mostra que a Coreia do Sul, a partir da década de 1990, em um período marcado pela globalização e crise financeira asiática, adotou políticas públicas para fortalecer sua indústria cultural, originando a Onda Coreana (*Hallyu*), fenômeno de exportação da cultura sul-coreana. Para investigar o crescimento das exportações e a projeção internacional das produções do país, foram utilizados dados estatísticos do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul (MCST) e da Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE), ao longo do período de 2020 a 2024 e dados do top 100 produções televisivas mais assistidas da Netflix, plataforma de streaming com o maior número de assinantes global, no período de 2023 a 2025. Os resultados indicam que a Coreia do Sul se tornou uma importante exportadora de produtos culturais apresentando uma tendência geral de crescimento entre 2020 e 2024 e ampliando sua presença no ambiente digital entre 2023 e 2025.

Palavras-chave: Cultura e Economia; Indústria Cultural; Exportações culturais; Coreia do Sul; Onda Coreana.

ABSTRACT

This study analyzed the relationship between culture and the economy, understanding culture as a relevant sector for economic analysis. The literature shows that South Korea, starting in the 1990s, a period marked by globalization and the Asian financial crisis, adopted public policies to strengthen its cultural industry, giving rise to the Korean Wave (*Hallyu*), a phenomenon of South Korean cultural exportation. To investigate the growth of exports and the international projection of the country's productions, statistical data from the South Korean Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) and the Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE) over the period from 2020 to 2024 were utilized, along with data from the top 100 most-watched television productions on Netflix, the streaming platform with the largest global subscriber base, in the period from 2023 to 2025. The results indicate that South Korea has become a major exporter of cultural products, presenting an overall growth trend between 2020 and 2024 and expanding its presence in the digital environment between 2023 and 2025.

Keywords: Culture and Economy; Cultural Industry; Cultural Exports; South Korea; Korean Wave.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Variação das exportações dos setores selecionados da indústria cultural (%).....36

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Evolução da Onda Coreana	19
Quadro 2 - Políticas para o desenvolvimento da indústria cultural no governo Kim Dae-jung (1998-2003)	24
Quadro 3 - Resumo das principais políticas culturais (1993-2025)	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Valores do volume de exportações das indústrias culturais (US\$ mil).....	34
Tabela 2 - Crescimento e Participações dos setores selecionados nas Exportações da Indústria Cultural (%).....	36
Tabela 3 – Razão entre exportações da indústria cultural e Pib real da Coreia do Sul (2020-2024).....	37
Tabela 4 - Distribuição das séries mais assistidas na Netflix (Top 100) por país de origem (2023-2025).....	38
Tabela 5 - Distribuição das séries em língua não inglesa mais assistidas na Netflix (Top 100) por país de origem (2023-2025)	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MCST	Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul
KOCCA	Agência de Conteúdo Criativo da Coreia
KOFICE	Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural Internacional

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 Economia da Cultura	14
2.2 Economia Criativa e Indústria Cultural	15
2.3 Soft Power.....	15
2.4 Diplomacia Cultural.....	16
3 A ONDA COREANA E A INDÚSTRIA CULTURAL DA COREIA DO SUL	18
3.1 Um breve contexto sobre a origem da Onda Coreana	18
3.2 A Evolução da Onda Coreana e sua Projeção Internacional.....	19
4 POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CULTURAL	22
4.1 Governo Kim Young-sam, 1993-1998	22
4.3 Governo Roh Moo-hyun, 2003-2008.....	25
4.4 Governo Lee Myung-bak, 2008-2013	26
4.5 Governo Park Geun-hye, 2013-2017	27
4.6 Governo Moon Jae-in, 2017-2022	28
4.7 Governo Yoon Suk-yeol, 2022-2025	30
5 METODOLOGIA.....	32
5.1 Dados de Exportação das Indústrias Culturais.....	32
5.2 Dados de Desempenho dos Conteúdos Sul-Coreanos na Netflix	32
5.3 Limitações da Pesquisa	33
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO	34
6.1 Exportações da Indústria Cultural sul-coreana	34
6.2 Desempenho dos dramas coreanos no streaming	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	41

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a relação entre cultura e economia tem ganhado crescente relevância, especialmente diante das transformações produtivas e tecnológicas associadas à industrialização e à globalização, assim, os bens e serviços culturais passaram a ocupar posição central nas análises e discussões econômicas, uma vez que movimentam mercados, geram receitas e estimulam exportações.

Nesse sentido, Rubim (2002, p. 32) destaca que o mundo contemporâneo assistiu a um intenso desenvolvimento das indústrias da cultura e do entretenimento, evidenciando que a produção cultural se tornou uma indústria gigante e altamente lucrativa.

Para Throsby (2002, *apud* Cho, 2025, p. 4), a produção cultural passou a ser entendida através da sua “dupla natureza”: além de carregar significados simbólicos e identidade nacional, os bens culturais são produzidos, distribuídos e consumidos dentro de lógicas de mercado. Assim, a cultura pode ser compreendida para além do entretenimento ao gerar empregos, movimentar cadeias produtivas e contribuir para o crescimento econômico.

No contexto das transformações econômicas e culturais observadas nas últimas décadas, destaca-se o caso da Coreia do Sul, país que, historicamente apresentava limitações na inserção internacional das suas indústrias culturais, sobretudo em comparação as nações dominantes na exportação de produtos culturais (Silva, 2023). No entanto, a partir da década de 1990, o governo sul-coreano passou a adotar estratégias voltadas ao fortalecimento das indústrias culturais, articulando políticas públicas, investimentos em tecnologia e incentivos à participação do setor privado no campo cultural. Esse processo marcou o início da chamada Onda Coreana (*Hallyu*), contribuindo para ampliar a competitividade internacional dos produtos culturais sul-coreanos e expandir sua presença nos mercados globais.

A Onda Coreana consolidou-se como um fenômeno associado à crescente popularidade dos bens e serviços culturais sul-coreanos em diferentes países, abrangendo setores como música, audiovisual e jogos. O avanço desse processo esteve relacionado também à expansão das plataformas digitais, que favoreceram a circulação internacional desses produtos. Dessa forma, a experiência sul-coreana torna-se relevante para compreender como a cultura pode ser mobilizada como estratégia de ampliação das exportações e fortalecimento da imagem internacional de um país.

O problema de pesquisa que orienta o estudo é: “Qual é o papel da cultura na estratégia de exportação e projeção internacional da Coreia do Sul?”. Parte-se do pressuposto de que os produtos culturais sul-coreanos, especialmente por meio da Onda Coreana, passaram a

desempenhar papel relevante nas exportações e na ampliação da projeção internacional da Coreia do Sul. Assim, música, séries e outros produtos culturais passaram a ser usados como forma de gerar receitas, ampliar exportações e fortalecer a imagem internacional da Coreia do Sul.

Dessa forma, o objetivo geral deste trabalho é investigar o movimento da Onda Coreana enquanto fenômeno de exportação e sua importância para a projeção internacional da Coreia do Sul. Como objetivos específicos, pretende-se: realizar breve contextualização histórica para compreender o processo de formação e expansão da Onda Coreana; descrever as políticas públicas voltadas ao desenvolvimento das indústrias culturais; analisar a evolução das exportações da indústria cultural sul-coreana no período de 2020 a 2024; e identificar a presença de conteúdos sul-coreanos no streaming.

O trabalho está estruturado em seis seções. A Seção 1 apresenta a introdução, estabelecendo o problema de pesquisa e os objetivos. A Seção 2 discute os principais conceitos que relacionam a cultura com a economia. A Seção 3 descreve o processo de surgimento e consolidação da Onda Coreana. A Seção 4 aborda as principais políticas públicas para o desenvolvimento das indústrias culturais de 1993 até 2025. A Seção 5 apresenta a metodologia utilizada no trabalho. A seção 6 apresenta os resultados e discussões, mostrando os dados sobre as exportações de produtos culturais da Coreia do Sul entre 2020-2024 e identifica a presença de séries com produção sul-coreana na plataforma de streaming *Netflix*. Por fim, as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta os principais conceitos que correlacionam a cultura com a economia. Discute-se a economia da cultura e a economia criativa, além de abordar os conceitos de *soft power* e diplomacia cultural.

2.1 Economia da Cultura

Segundo Toniol e Albieri (2019, p. 267) a economia da cultura foi reconhecida institucionalmente na década de 1990, quando o *American Economic Association* a incluiu em sua classificação de disciplinas da ciência econômica. Assim, a cultura passou a ocupar espaço dentro da análise econômica impulsionada pela crescente capacidade do setor cultural de gerar renda e empregos e pela necessidade de avaliar economicamente as decisões no campo cultural.

Para Reis (2006, p. 23), a economia da cultura trata da aplicação da lógica e ferramentas da economia no campo cultural, usando conceitos como planejamento, eficácia, eficiência e análise do comportamento dos agentes para sua análise. Além disso, o reconhecimento da dimensão econômica da cultura reforça sua importância nas políticas públicas.

Porta (2004) destaca a economia da cultura como parte da “Economia Nova”, porque funciona de um jeito diferente da economia industrial clássica. Nas indústrias culturais, o modo de produção e circulação de bens depende mais da criatividade e das novas tecnologias, fazendo com que a inovação e capacidade de adaptação às mudanças sejam fundamentais. O avanço tecnológico permitiu novas formas de criar, distribuir e consumir produtos culturais e contribuiu para o surgimento de novos modelos de negócio e novas formas de competir no mercado.

Para Throsby (2022), os bens culturais podem ser analisados como qualquer outro bem econômico, mas apresentam características próprias. Do lado da demanda, o consumo cultural é cumulativo e capaz de gerar hábito, influenciando seu consumo futuro. Do lado da oferta, produtores culturais, como artistas, nem sempre buscam maximizar lucros, e há presença frequente de externalidades. Por isso, o preço de mercado não reflete o verdadeiro valor desses bens, mas ainda assim, na prática, ele é o principal indicador utilizado para medir o valor econômico da cultura, com base em dados como receitas de bilheteria e exportações de produtos culturais.

Outros conceitos mostram a relação entre a cultura e a atividade econômica, entre eles destaca-se a economia criativa, que ajuda a compreender como os bens culturais passaram a integrar cadeias econômicas cada vez mais complexas.

2.2 Economia Criativa

Para Miguez (2007), a economia criativa trata-se de um conjunto de atividades econômicas baseadas na criatividade e na produção de bens simbólicos, como textos, imagens e sons. Seus produtos geralmente envolvem propriedade intelectual e abrangem desde práticas tradicionais, como o artesanato e a moda, até setores mais complexos, como o audiovisual, a música e os jogos eletrônicos. Por reunir diferentes formas de produção cultural e tecnológica, a economia criativa tornou-se um dos setores mais dinâmicos da economia global.

De maneira semelhante, a UNCTAD (2010) define a economia criativa como um conceito baseado em ativos criativos com potencial de gerar crescimento e desenvolvimento econômico. Envolve atividades econômicas fundamentadas no conhecimento, articulando aspectos econômicos, culturais e sociais com tecnologia e propriedade intelectual, contribuindo para a geração de renda, empregos e exportações, ao mesmo tempo em que promove diversidade cultural, inclusão social e desenvolvimento humano (Unctad, 2010).

A economia criativa pode então ser compreendida como um conjunto de atividades capazes de gerar renda, empregos e dinamizar mercados ao mesmo tempo que contribui para a valorização da diversidade cultural.

2.3 Soft Power

O conceito de *soft power* foi cunhado por Joseph Nye para analisar a natureza do poder global. Para o autor, o poder de um país não se limita apenas ao seu poder militar e econômico, mas também à capacidade de alcançar seus objetivos por meio da atração e da persuasão, em vez da coerção. Ele se manifesta na capacidade de um país de projetar uma cultura atrativa para outros países, na coerência no cumprimento de seus valores políticos e na formulação de políticas externas percebidas como legítimas e dotadas de autoridade moral (Nye, 2004).

Geun Lee (2009) expande a teoria de *soft power* de Joseph Nye, categorizando-a em cinco tipos para alcançar objetivos políticos e econômicos específicos. Essas categorias são: (a) o uso do *soft power* para aprimorar o ambiente de segurança externa, o que é alcançado ao projetar uma imagem nacional pacífica e atraente que diminui a percepção de ameaça; (b) a mobilização de apoio de outras nações para as próprias políticas externas e de segurança, utilizando a influência cultural e diplomática para criar alianças e consensos; (c) a capacidade de manipular sutilmente o pensamento e as preferências de outros países, moldando o cenário internacional a seu favor; (d) a aplicação do *soft power* para fortalecer e manter a coesão interna

de uma comunidade ou de um bloco de países aliados; e, por fim, (e) o seu emprego no âmbito doméstico, com o intuito de aumentar os índices de aprovação de um líder ou solidificar o apoio popular a um governo.

Nessa abordagem, a geração de *soft power* pode se manifestar como um processo intencional e estratégico do Estado, onde recursos culturais são empregados para moldar as percepções, preferências e comportamentos de outros países e, como consequência, alcançar objetivos políticos e econômicos.

2.4 Diplomacia Cultural

O processo de globalização e inovação tecnológica, que levaram a mudanças sociais e econômicas, atribuíram a cultura maior importância na formulação de políticas públicas, levando os governos a desenvolverem novas formas de intervenção, utilizando a diplomacia cultural de forma mais estratégica (Zamorano, 2016).

Para Zanella, Neves Junior e Silva (2024), a diplomacia cultural refere-se ao conjunto de ações deliberadas de governos que utilizam as artes, as ciências e as manifestações culturais como instrumentos de inserção internacional. Entre os principais objetivos dessa prática estão a chamada “conquista de corações e mentes”, além de metas como reduzir barreiras culturais, ampliar o reconhecimento mútuo, projetar identidades globais por meio da difusão artística, do ensino de línguas e de programas de intercâmbio acadêmico, bem como favorecer a construção de acordos diplomáticos e comerciais.

As pesquisas em diplomacia cultural podem contemplar diferentes dimensões. No eixo da diplomacia, destacam-se as estruturas estatais e programas de promoção cultural no exterior, os investimentos de governos, empresas privadas e organizações do terceiro setor, além de iniciativas como intercâmbios acadêmicos e a criação de unidades de difusão cultural. No eixo da cultura, o foco recai sobre a seleção da identidade cultural a ser projetada, bem como sobre os conflitos e resistências gerados por essa escolha (Zanella; Neves Junior; Silva, 2024).

Para Mark (2010, p. 64), "a diplomacia cultural é realizada em apoio aos objetivos de política externa de um governo ou à sua diplomacia, ou a ambos". Nessa visão, a diplomacia cultural tem como objetivo promover os interesses nacionais por meio da cultura do país, abrangendo atividades que incluem exposições e intercâmbio acadêmico e cultural.

Kang (2013) explica que a cultura passou a ser uma preocupação relevante para as políticas públicas porque sua produção e circulação influenciam tanto a economia quanto a imagem internacional de um país. Como os fluxos culturais envolvem empresas, sociedade e

consumidores, o governo não controla totalmente esse processo, mas pode criar estratégias para incentivar e promover sua cultura no cenário nacional e internacional.

Para Throsby (2010), os temas da política cultural que fazem parte das agendas governamentais envolvem diferentes dimensões, destacando-se: o potencial das indústrias criativas como motores de inovação, crescimento econômico e transformação estrutural na chamada nova economia; a contribuição das artes e da cultura para a geração de emprego e renda, especialmente em cidades e regiões impactadas pela desindustrialização; os desafios legais e econômicos relacionados à regulação da propriedade intelectual no setor cultural; e, por fim, as oportunidades de cooperação entre o setor público e o privado na preservação do patrimônio cultural.

Dessa forma, os conceitos apresentados neste capítulo ajudam a compreender a Onda Coreana como um fenômeno que vai além do entretenimento. Além de contribuir para fortalecer a imagem da Coreia do Sul no cenário internacional, a circulação internacional de músicas, séries, filmes e outros produtos culturais fazem parte de uma dinâmica econômica que envolve produção, exportações e geração de receitas.

3 A ONDA COREANA E A INDÚSTRIA CULTURAL DA COREIA DO SUL

Este capítulo apresenta a Onda Coreana e a indústria cultural da Coreia do Sul, abordando sua origem e os principais fatores históricos, políticos e econômicos que contribuíram para seu desenvolvimento. Em seguida, são apresentadas as fases de evolução da *Hallyu*, evidenciando suas transformações ao longo do tempo e a ampliação de seu alcance internacional, e destacando o papel dos produtos culturais sul-coreanos na projeção internacional do país.

3.1 Um breve contexto sobre a origem da Onda Coreana

A partir da noção de que a maior parte dos bens e serviços culturais consumidos no mercado global é produzida por um pequeno número de países do centro global, Silva (2023, p. 7) argumenta que os fluxos globais de produtos culturais tendem a ocorrer de maneira unidirecional, partindo do “norte cultural”, como os Estados Unidos e a Europa Ocidental, para o “sul cultural”, composto por países da periferia do sistema econômico mundial. Nessa perspectiva, os produtos culturais são produzidos e comercializados por países hegemônicos, enquanto o restante das nações enfrenta dificuldades político-econômicas para desenvolver indústrias culturais competitivas e projetar suas produções no exterior.

A Coreia do Sul é um exemplo de nação que conseguiu reverter essa lógica, passando de consumidor de produtos culturais para um dos principais produtores no mercado global, fenômeno conhecido como Onda Coreana, ou *Hallyu*. Para Mazur (2018), esse movimento é resultado de três momentos da história sul-coreana: o processo de Democratização, a Crise Financeira Asiática e a Liberalização Midiática na Ásia.

Até o final dos anos 1980, a circulação de produtos culturais no mercado asiático era limitada por conta das políticas protecionistas mantidas na região. Esse cenário começou a mudar em meados dos anos 1990, quando a Liberalização Midiática permitiu maior circulação de informações e aprendizados relacionados a cultura, movimentando o fluxo de produtos culturais na região (Mazur, 2018).

A Crise Financeira Asiática de 1997 também teve contribuição para a reforma política e econômica que permitiu o surgimento da Onda Coreana. Segundo Scibiorska-Kowalczyk e Cichón (2021, p.4), a crise foi responsável por revelar fragilidades estruturais da economia sul-coreana, reforçando a necessidade de diversificação da estratégia de desenvolvimento do país,

e direcionando recursos para setores baseados no conhecimento, na inovação e na criatividade humana.

Nesse contexto, a indústria cultural tornou-se um dos pilares da estratégia de crescimento econômico e projeção internacional da Coreia do Sul. Como observa Mazur (2018, p. 37): “incentivos financeiros para otimizar a produção dos setores cinematográficos, televisivos, musicais e de tecnologia para difusão da cultura pop sul-coreana em geral, foram feitos em favor da economia e divulgação do país”.

3.2 A Evolução da Onda Coreana e sua Projeção Internacional

A evolução da Onda Coreana pode ser analisada com base nas mudanças ocorridas nas indústrias culturais do país desde o início dos anos 1990. Jin (2023) divide a evolução desse fenômeno em três fases, conforme observado no Quadro 1:

Quadro 1 - Evolução da Onda Coreana

	Hallyu 1.0	Hallyu 2.0	Hallyu 3.0
Período	Início dos anos 1990–2007	2008–2017	2017–Presente
Principais gêneros introduzidos	Dramas televisivos e filmes	K-pop, jogos on-line e animação	Webtoons, K-pop e jogos para dispositivos móveis
Tecnologias / culturas digitais	Jogos on-line	Redes sociais, smartphones e jogos digitais	Plataformas digitais, como Netflix e redes sociais
Principais regiões	Leste Asiático	Ásia, Europa e América do Norte	Alcance global

Fonte: Elaborado e adaptado pelo autor, a partir de Jin (2023).

A primeira fase, chamada *Hallyu 1.0*, corresponde ao período inicial da Onda Coreana, marcado por sua expansão no continente asiático por meio dos dramas televisivos sul-coreanos. Para Jin (2023), os dramas de TV exerceram um papel fundamental nos estágios iniciais desse fenômeno, consolidando o aumento das exportações culturais na região.

A segunda fase, *Hallyu 2.0*, refere-se à ampliação da cultura popular coreana para além da Ásia, quando seus produtos passaram a ganhar maior presença no cenário cultural global. Para Jin (2012), essa fase foi marcada por uma série de inovações nas plataformas digitais e nos smartphones, bem como pelos jogos digitais e a música *K-pop*, que se tornaram um dos principais produtos da Onda Coreana.

Segundo Jin (2012, p.6) a exportação de jogos da Coreia do Sul alcançou \$1.6 bilhões em 2010, um valor 15,7 maior se comparado ao de 2000 (\$102 milhões). No setor musical, as exportações alcançaram US\$ 80,9 milhões em 2010, um aumento de 159% em relação ao ano anterior. Em 2011, a música foi responsável por exportar US\$ 177 milhões.

O crescimento das exportações de produtos culturais durante a *Hallyu 2.0* pode ser interpretado como resultado do rápido crescimento das mídias digitais, que desempenhou um papel fundamental na circulação de produtos culturais, ao servir como plataforma para novos consumidores conhecer e acessar os bens e serviços culturais (Jin, 2012, p.6).

Por fim, a terceira fase, *Hallyu 3.0*, iniciada em 2017, caracteriza-se pela popularidade global da cultura coreana associada ao fortalecimento das tecnologias digitais, especialmente das mídias sociais e das plataformas digitais.

Essa popularidade internacional das produções culturais sul-coreanas pode ser observada em diferentes áreas. Na música, grupos como BTS e Blackpink mobilizam milhões de fãs em plataformas digitais e atraem grandes públicos em shows internacionais. No audiovisual, produções como *Parasita*, do diretor Bong Joon-ho, vencedor de quatro Oscars e da Palma de Ouro em Cannes, e a série *Round 6*, recordista de audiência na Netflix, reforçam o prestígio dos conteúdos culturais sul-coreano no cenário internacional (Basini, 2025).

Para Kamon (2022), a Onda Coreana impulsionou o setor do entretenimento e a exportação de diversos produtos a ele associados. Sendo assim, o valor econômico e a dimensão desse mercado vêm crescendo de forma contínua, acompanhados por um aumento expressivo no reconhecimento e na preferência por produtos coreanos em escala global.

Além da sua perspectiva econômica, a Onda Coreana pode ser interpretada como estratégia de *soft power*. Isso porque os bens e serviços culturais tem poder sobre o imaginário social, já que carregam ideias, valores e estilos de vida. Os sistemas culturais surgem, então, como alternativa de poder e cumpre função política e ideológica, fortalecendo a imagem e influência de um país no cenário global (Silva, 2023, p. 15-16).

Para Nye (2004), o *soft power* refere-se à capacidade de influenciar comportamentos e decisões por meio da atração, diferentemente do *hard power*, associado à coerção militar e econômica. O conceito parte da ideia de que a cultura, os valores políticos e a política externa são elementos fundamentais para moldar a percepção de um país no contexto internacional, ampliando sua influência sem recorrer a mecanismos coercitivos.

Ao discutir sobre o pioneirismo dos dramas na ascensão das exportações de produtos culturais sul-coreanos, Mazur (2018, p. 133) destaca que essas narrativas utilizam em seu enredo questões culturais e sociais da população que refletem no imaginário contemporâneo

sobre a Coreia do Sul, ressignificando e exportando o estilo de vida do país para além de suas fronteiras nacionais.

Assim, a Onda Coreana faz uso de elementos culturais tradicionais ao entretenimento como estratégia de diferenciação dos produtos sul-coreanos em relação a outros países da região. Por meio desses produtos, o país passou a narrar sua própria história, projetando valores, imagens e sentimentos associados à identidade nacional como forma de influenciar o consumo e a opinião pública sobre a nação (Silva; Farias, 2021, p. 590-591).

Dessa forma, as indústrias culturais participam da produção e da distribuição de bens e serviços que, mais do que em outras indústrias, são capazes de moldar a compreensão da realidade, comportamentos e interações humanas (Hesmondhalgh, 2013).

A política cultural sul-coreana passou então a incorporar diretrizes voltadas à promoção internacional da imagem do país, utilizando o intercâmbio cultural como forma de fortalecer seu *nation branding*¹, associando sua imagem à democracia, à inovação tecnológica, ao dinamismo econômico e à modernidade, e projetando-se como uma nação atrativa para o turismo, para o investimento estrangeiro e para o consumo de seus produtos culturais (Scibiorska-Kowalczyk; Cichón, 2021).

Em suma, os produtos culturais carregam significação social, contribuindo para a formação de identidades individuais e coletivas, além de moldar a compreensão sobre como a democracia, a justiça e os direitos podem funcionar. Assim, não exportam só entretenimento, mas ajudam a construir uma imagem favorável do país (Hesmondhalg, 2013; Silva, 2023).

¹ Para Park (2021), o *nation branding* envolve como os produtos são percebidos no exterior, a forma como destinos turísticos são promovidos, os elementos que compõem a identidade nacional e as ações de diplomacia pública voltadas ao público internacional. Em conjunto, esses aspectos ajudam a construir a imagem de um país e influenciam sua presença política, econômica, cultural e intelectual no cenário global.

4 POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

O processo para que a Coreia do Sul se tornasse uma potência de exportação cultural pode ser interpretada como resultado de uma série de políticas voltadas ao desenvolvimento da indústria cultural sul-coreana promovidas pelo governo desde a década de 1990.

Dado isso, este capítulo irá abordar as políticas de desenvolvimento da indústria cultural na Coreia do Sul, evidenciando o papel do Estado na transformação da cultura em um setor estratégico de crescimento econômico e projeção internacional.

4.1 Governo Kim Young-sam, 1993-1998

Segundo Neves e Flôres Junior (2025, p. 30), sob o lema “Criação de uma Nova Coreia”, o papel da cultura e das políticas culturais ganhou destaque durante o governo do presidente Kim Young-sam. Seu governo foi marcado pelo investimento pesado na construção de uma sociedade da informação, sustentada por redes de computadores e infraestruturas de comunicação modernas, criando assim as condições necessárias para o desenvolvimento das indústrias culturais e para que elas se tornassem competitivas.

Para Shim Doboo (2006, p. 31-32), dois acontecimentos foram determinantes para despertar o interesse nacional sobre o potencial econômico das indústrias culturais: o primeiro está relacionado ao sucesso inesperado do filme *Sopyonje* (1993), que retratou a cultura tradicional sul-coreana e atraiu mais de um milhão de espectadores para o cinema nacional, marcando o renascimento do interesse popular pela cultura do país.

O segundo foi o relatório apresentado em 1994 pelo Conselho Consultivo Presidencial de Ciência e Tecnologia onde destacava que a receita do filme *Jurassic Park* superava o valor das exportações de mais de um milhão de automóveis *Hyundai*. Assim, o governo passou a adotar políticas voltadas ao fortalecimento do setor, com o objetivo de atrair investimentos privados e consolidar a cultura como setor estratégico de crescimento nacional (Shim, 2006).

Como resultado o governo promoveu uma ampla reorganização institucional, criando em 1994 o *Cultural Industry Bureau* para reconhecer a importância das indústrias culturais e coordenar as políticas voltadas ao setor cultural. No ano seguinte, promulgou a *Motion Picture Promotion Law*, com o objetivo de atrair capital privado e investimentos para a indústria cinematográfica (Shim, 2006).

Segundo Neves e Flôres Junior (2025, p. 32), essas políticas abriram espaço para a entrada dos *chaebols*² na indústria cultural, que tiveram seus investimentos estimulados por

² Os *chaebols* são grandes conglomerados empresariais sul-coreanos, geralmente controlados por famílias, que atuam em setores estratégicos da economia (SANTOS, 2015).

meio de benefícios fiscais e apoio governamental direto. Como resultado, a indústria audiovisual recebeu uma nova injeção de capital e se consolidou como um campo economicamente viável.

Os *chaebols* investiram em todas as etapas da cadeia produtiva, da produção até a distribuição, formando um mercado de mídia comercial robusto e integrado. Essa atuação permitiu o fortalecimento da infraestrutura audiovisual, a diversificação das produções e a ampliação do público doméstico (Shim, 2006).

Em suma, embora o governo Kim Young-sam tenha promovido a globalização e adotado políticas de liberalização e desregulamentação econômica, o Estado manteve-se como figura central na orientação do desenvolvimento industrial, buscando cooperar com os principais conglomerados nacionais, utilizando seus instrumentos políticos e econômicos tanto nas negociações internacionais quanto na regulação doméstica, de modo a preservar seus objetivos fundamentais (Kim, 2021).

4.2 Governo Kim Dae-jung, 1998-2003

Kim Dae-jung assume a presidência em 1998, num cenário marcado pela gravidade da Crise Financeira Asiática de 1997, o que levou o governo a manter certa continuidade nas estratégias econômicas, como a manutenção da cooperação com os *chaebols*. O presidente acreditava na consolidação da democracia e no fortalecimento da economia de mercado como forças complementares capazes de tirar a Coreia do Sul da crise econômica. As políticas culturais desenvolvidas durante seu governo refletiram esse contexto, marcando o início da Onda Coreana (Lee, 2019; Neves; Flôres Junior, 2025).

O governo consolidou uma transformação estrutural já em curso: a transição de uma economia baseada na manufatura para uma economia baseada no conhecimento, envolvendo a modernização da infraestrutura nacional e o incentivo ao desenvolvimento tecnológico, criando assim, as condições necessárias para que o setor privado explorasse as inovações digitais. Reconhecendo o potencial da indústria cultural de se beneficiar dessas mudanças, o governo Kim Dae-jung a incluiu em seus planos de desenvolvimento econômico e na sua estratégia de exportação para promover sua expansão a mercados internacionais (Neves; Flôres Junior, 2025).

Dessa forma, para fortalecer o setor cultural e inseri-lo na nova economia do conhecimento, o governo sul-coreano implementou uma série de políticas voltadas ao desenvolvimento da indústria cultural, como pode ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 - Políticas para o desenvolvimento da indústria cultural no governo Kim Dae-jung (1998-2003)

POLÍTICAS	OBJETIVOS
1999 - <i>Korea Film Commission (KOFIC)</i>	Instituição pública encarregada de coordenar e apoiar o desenvolvimento do cinema nacional.
2000 - <i>Vision 21 for the Cultural Industry</i>	Primeiro programa abrangente do Estado voltado à estruturação das indústrias culturais. Entre as medidas estavam a criação de agências de marketing para ampliar exportações, a modernização de infraestruturas, a reestruturação de plataformas de distribuição e a implementação de programas de formação profissional.
2001 - <i>Korea Creative Content Agency (KOCCA)</i>	Agência governamental com objetivo de apoiar o desenvolvimento, a promoção e a distribuição dos produtos culturais sul-coreano dentro e fora da Coreia do Sul.

Fonte: Elaboração pelo autor, com base em Kim (2021).

No campo legislativo, foi realizada uma ampla revisão das legislações existentes e implementadas novas normas que tinham como objetivo reduzir a rigidez regulatória e ampliar a liberdade de produção e distribuição cultural, representando uma transição significativa de um modelo baseado na regulamentação para um modelo de incentivo e promoção. A consolidação dessas transformações foi favorecida pela participação conjunta de agentes públicos e privados na estrutura cultural do país (Lee, 2019).

Assim, de acordo com Lee (2019) o governo de Kim consolidou as bases legais e financeiras que sustentariam a atuação do Estado na condução das políticas culturais. As legislações introduzidas e revisadas nesse período atribuíam ao Estado e às autoridades locais um papel ativo no desenvolvimento das indústrias culturais e criativas, servindo como referência para políticas posteriores, ampliando as responsabilidades governamentais em áreas como planejamento, incentivo à produção, apoio à exportação, desenvolvimento tecnológico e oferta de infraestrutura. Além disso, determinava a necessidade de apoio financeiro direto ao setor. A capacidade administrativa e fiscal do governo sul-coreano possibilitou que essas diretrizes fossem rapidamente convertidas em ações concretas, fortalecendo a estrutura estatal de promoção das indústrias culturais.

Em suma, segundo Kim (2021), o governo Kim Dae-jung buscou implementar reformas de caráter neoliberal, com o objetivo de transformar a estrutura econômica da Coreia do Sul em um sistema mais orientado para o mercado, na tentativa de consolidar um novo modelo de desenvolvimento após a Crise Financeira Asiática de 1997, aproximando o país dos padrões de gestão e competição globais. No entanto, ao conduzir as reformas de desenvolvimento das

indústrias culturais e promover o surgimento de novos setores, o governo coreano manteve práticas de intervenção estatal herdadas do Estado desenvolvimentista, demonstrando que a liberalização econômica não significou a completa retirada do Estado das dinâmicas produtivas. Essa permanência do intervencionismo resultou, em grande parte, na natureza incerta e volátil das indústrias culturais, consideradas estratégicas para a projeção internacional da Coreia, mas incapazes de se sustentar plenamente sem o apoio governamental.

4.3 Governo Roh Moo-hyun, 2003-2008

Eleito em 2003, o presidente Roh Moon-hyun defendia que o crescimento das indústrias culturais fosse conduzido pelo setor privado. Durante sua administração, o papel do Estado estava na criação de infraestruturas brandas, como programas educacionais, aprimoramento das leis de direitos autorais, fomento de parcerias público-privadas, incentivo à construção de centros culturais regionais e flexibilização regulatória, alinhando-se às diretrizes do comércio internacional que demandavam menor intervenção estatal (Kim, 2021).

Embora tenha mantido o princípio de distanciamento na formulação de políticas culturais, seu governo buscou ampliar a participação de artistas e organizações não governamentais progressistas nas decisões sobre políticas públicas, promovendo a diversidade cultural, o fortalecimento das culturas locais e a expansão de infraestruturas voltadas à democratização do setor (Kim, 2021).

Segundo Neves e Flôres Junior (2025, p. 35), o governo de Roh incorporou a lógica do *nation branding* em suas políticas. Diferentemente das administrações anteriores, que haviam priorizado a imagem internacional da Coreia sob um viés diplomático e político, o governo Roh reinterpretou essa dimensão sob uma ótica voltada ao mercado e ao desenvolvimento econômico, estabelecendo as bases para uma estratégia coordenada pelo Estado destinada a criar e consolidar uma identidade cultural coreana comercializável, única e reconhecível globalmente.

Nesse sentido, foi criada junho de 2003, a Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural Asiático, posteriormente renomeada para Fundação Coreana para o Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE), com o objetivo de fortalecer a presença da cultura sul-coreana no exterior, atuando tanto na divulgação de informações sobre a Onda Coreana quanto no apoio à inserção de empresas culturais em mercados estrangeiros, ampliando, assim, o alcance internacional das indústrias culturais do país. Além disso, a KOFICE desempenhou papel central na cooperação regional, ampliando sua atuação para o campo acadêmico e

mediático, com a realização de fóruns, publicações e projetos de troca de conteúdos audiovisuais entre países (Kamon, 2022).

Em 2005, foi apresentado o plano *C-Korea 2010*, voltado ao fortalecimento e à expansão dos conteúdos culturais do país. No ano seguinte, foram promulgadas legislações específicas voltadas à promoção de diferentes segmentos culturais como música, programas televisivos, jogos eletrônicos e produções cinematográficas. Outras medidas adotadas foram a intensificação no combate à violação de direitos autorais, uma vez que a pirataria representava uma ameaça significativa à rentabilidade das indústrias criativas e o investimento na divulgação global da cultura coreana, com políticas de marketing externo e incentivo à exportação. Um exemplo foi o apoio financeiro à exibição de dramas televisivos coreanos em outros países, bem como a distribuição gratuita desses conteúdos em regiões como o Oriente Médio e a África, onde a *Hallyu* ainda apresentava menor alcance (Kamon, 2022).

Em suma, o planejamento governamental não se baseava em medidas de caráter interventivo, mas sim em formas de apoio indireto ao setor cultural, envolvendo ações como a elaboração de legislações voltadas à proteção da propriedade intelectual, além da privatização de determinadas agências públicas e a redução de barreiras regulatórias. Além disso, o plano previa que o Estado atuasse principalmente na mediação e atração de investimentos privados, em vez de recorrer ao fornecimento direto de subsídios às indústrias culturais nacionais (Kang, 2015).

4.4 Governo Lee Myung-bak, 2008-2013

Logo ao assumir a presidência, Lee Myung-bak anunciou os “100 assuntos de Estado”, nos quais a cultura e as indústrias criativas foram apresentadas como componentes de uma política voltada para a competitividade e o fortalecimento da imagem nacional. Logo, a cultura foi instrumentalizada como ferramenta estratégica para as metas políticas e econômicas do governo (Kim, 2021).

Nesse período, a KOCCA se tornou o principal órgão público responsável pela coordenação das políticas voltadas às indústrias culturais e assumiu um papel ativo tanto na formulação de diretrizes, como na produção, financiamento e comercialização de produtos culturais, consolidando a presença do Estado como agente direto no processo de desenvolvimento criativo (Kim, 2021).

Lançado em 2011, o Primeiro Plano Básico para a Promoção da Indústria de Conteúdos Culturais estabeleceu diretrizes voltadas à ampliação dos investimentos públicos e privados no

setor cultural, além de apoiar a criação e a comercialização de conteúdos inovadores que combinassem várias tecnologias, e fortalecer a presença da Coreia do Sul no cenário internacional (Kamon, 2022).

As políticas públicas para o fortalecimento das indústrias culturais enfatizaram o conceito de *killer content*, definido como conteúdos culturais de alta qualidade e relevância capazes de conquistar mercados internacionais e consolidar uma identidade nacional atrativa, com o investimento por parte do Estado no desenvolvimento e comercialização dessas produções (Kim, 2021).

A KOFICE passou a ampliar progressivamente o alcance de suas atividades culturais para além da região do Leste Asiático, promovendo festivais e eventos de intercâmbio cultural, organizando fóruns sobre a *Hallyu* e oferecendo apoio a jornalistas para a produção de reportagens sobre o setor cultural sul-coreano, com o objetivo de consolidar sua expansão para além da região asiática (Kamon, 2022).

Portanto, as políticas implementadas durante o governo de Lee podem ser interpretadas como ferramenta de *soft power* e diplomacia cultural, contribuindo para fortalecer a projeção internacional do país e promover seus interesses econômicos. Para isso, Kim (2021) aponta que as políticas de Lee retomaram práticas típicas do Estado desenvolvimentista, empregando mecanismos de planejamento e intervenção para orientar o setor cultural conforme objetivos estratégicos.

Em resumo, o governo de Lee buscou um modelo de desenvolvimento cultural orientado pelo Estado, centrado na expansão e internacionalização da indústria criativa sul-coreana. A atuação da KOCCA exemplifica a presença direta do Estado na reestruturação e no direcionamento das políticas industriais. Além disso, com o discurso de fortalecimento do *killer content*, a administração passou a estabelecer orientações e incentivos financeiros para a produção de bens e serviços culturais, buscando alinhar o campo criativo às demandas de mercado e às metas nacionais de desenvolvimento.

4.5 Governo Park Geun-hye, 2013-2017

Park Geun-hye consolidou o enriquecimento cultural como um dos quatro eixos no qual seu governo se sustentaria, com o objetivo de: ampliar a participação da população em atividades culturais, fortalecer as artes e promover a convergência entre cultura e indústrias. Para reafirmar a centralidade da cultura em sua administração e fortalecer o setor, criou o Comitê Presidencial para o Enriquecimento Cultural, órgão consultivo responsável por

desenvolver estratégias voltadas à valorização da cultura na sociedade e a sua utilização como instrumento de objetivos políticos e econômico (Kim, 2021).

Propôs também iniciativas que buscavam diversificar os conteúdos culturais e expandir sua presença nos mercados internacionais, como por exemplo a Força-Tarefa de Planejamento de Conteúdo Hallyu, com o objetivo de fortalecer a cooperação entre diferentes agências governamentais e o setor privado e ampliar a integração da Onda Coreana com outras indústrias (Kamon, 2022).

Em continuidade ao Primeiro Plano Básico para a Promoção da Indústria de Conteúdos Culturais lançado no governo Lee Myung-bak, o MCST apresentou, em 2014, o Segundo Plano Básico de Promoção da Indústria de Conteúdo, destacando a criatividade individual como eixo estruturante da chamada “Economia Criativa”, além de enfatizar a integração entre bens culturais e tecnologias da informação e comunicação, considerados pilares estratégicos do governo Park. Além disso, ampliou o financiamento às produções culturais, articulando recursos públicos e privados, e buscou promover a convergência das indústrias culturais com tecnologias digitais avançadas (Kim, 2021).

Dessa forma, em relação as indústrias culturais, Park Geun-hye manteve a lógica intervencionista do governo antecessor, retomando medidas que priorizaram o desenvolvimento de conteúdos originais e sua comercialização.

Com a consolidação da Economia Criativa como diretriz nacional, o governo buscou mobilizar o capital privado em alinhamento com os objetivos estatais, ressaltando o papel estratégico da cultura dentro dessa agenda. Entre as principais iniciativas implementadas para impulsionar essa política, destacaram-se os Centros de Inovação da Economia Criativa, que tinham como objetivo fomentar a inovação tecnológica em empresas locais e oferecer suporte a startups e pequenas e médias empresas, consideradas fundamentais para o plano de desenvolvimento da Economia Criativa (Kim, 2021).

No entanto, em nome da eficiência econômica, o governo Park adotou medidas coercitivas no setor cultural, beneficiando artistas e produtores alinhados às diretrizes do governo e excluindo os críticos de suas políticas e financiamentos públicos. Como resultado, essas práticas levaram a escândalos de corrupção envolvendo subsídios do MCST e da KOCCA, contribuindo para o impeachment de Park em 2017. Após isso, muitos programas culturais vinculados à agenda da "Economia Criativa" foram suspensos (Kim, 2021).

4.6 Governo Moon Jae-in, 2017-2022

Após o impeachment de Park Geun-hye em 2017, Moon Jae-in, político de orientação liberal-progressista, foi eleito presidente da Coreia do Sul. Sua administração formulou uma ampla diretriz para a política cultural nacional, denominada *Culture Vision 2030: Culture with Humans*, que estabelecia a autonomia, a criatividade e a diversidade como fundamentos centrais para as políticas culturais e para as indústrias criativas. Além disso, o MCST redefiniu seu papel, passando a atuar na gestão de riscos enfrentados por empreendedores culturais e a investir em pesquisa industrial e desenvolvimento tecnológico, em vez de intervir diretamente na produção de bens culturais (Kim, 2021).

O plano do governo para a cultura destacou-se especialmente pela ênfase no intercâmbio cultural de via dupla e na difusão de uma imagem positiva do país por meio da Onda Coreana. A proposta tinha como meta ampliar a base global de fãs da cultura sul-coreana de cerca de 60 milhões na época para 100 milhões até o ano de 2022, promovendo simultaneamente a expansão das exportações de conteúdos culturais e o fortalecimento das indústrias associadas ao setor (Kamon, 2022).

Uma das medidas mais relevantes foi a criação do *Adventure Investment Fund*, uma iniciativa público-privada no valor de aproximadamente 450 bilhões de won, com o objetivo de estimular o investimento de capital de risco em projetos culturais considerados de alto risco, oferecendo incentivos governamentais para fomentar a inovação e o empreendedorismo cultural (Kim, 2021).

Além disso, a política cultural do governo Moon Jae-in deu ênfase na propriedade intelectual e nos direitos autorais ao lançar em 2020 o programa *Copyright Vision 2030*, voltado a fortalecer a base institucional das indústrias criativas e ampliar sua contribuição para a economia nacional. Essa iniciativa reconhecia a importância econômica das produções culturais, especialmente no setor de exportações, e previa ações como a atualização das leis de direitos autorais, a flexibilização das taxas de *royalties*, a criação de escritórios no exterior e a promoção de acordos internacionais para garantir a proteção da propriedade intelectual de conteúdos coreanos (Kim, 2021).

Também em 2020 foi anunciado o Plano de Políticas Públicas para a Promoção da *Nova Hallyu*, que tinha como objetivo combater os obstáculos que dificultavam a expansão global da Onda Coreana. Nesse contexto, foram definidas três estratégias de apoio a Onda Coreana: i) diversificar os conteúdos culturais, incorporando elementos do patrimônio histórico e cultural do país; ii) promover o crescimento conjunto das indústrias vinculadas à Onda Coreana,

incentivando uma maior cooperação entre os diferentes órgãos governamentais, por meio da troca de informações, da integração de políticas e da realização de ações conjuntas, com o objetivo de ampliar os efeitos econômicos em cadeia gerados pela *Hallyu*; e, iii) consolidar uma base institucional sólida e sustentável para o desenvolvimento contínuo da *Hallyu* (Kamon, 2022).

4.7 Governo Yoon Suk-yeol, 2022-2025

Após assumir a presidência, Yoon Suk-yeol apresentou um amplo conjunto de diretrizes governamentais, destacando a intenção de posicionar a Coreia do Sul ao patamar de referência global, fortalecendo a influência da *Hallyu*, assim, a indústria cultural sul-coreano foi definido como uma indústria a ser desenvolvida de maneira prioritária. Para isso, o governo atuou na criação de uma estrutura central de planejamento e coordenação voltada para o setor de mídia e conteúdo digital. Além disso, entre suas metas estava a ampliação ao acesso a mecanismos de financiamento público para estimular o surgimento e a expansão de empresas capazes de desenvolver propriedades intelectuais de projeção internacional (Kamon, 2022).

A política cultural do governo teve como foco ampliar a presença internacional da cultura sul-coreana e preparar o setor cultural para os desafios da era da inteligência artificial (IA). Entre as medidas propostas, destacam-se a reestruturação do Centro Cultural Coreano para funcionar como um espaço multifuncional e o desenvolvimento de uma plataforma integrada destinada à divulgação de informações sobre o país. O plano também enfatizava o incentivo à leitura e à produção literária como meios de estimular o pensamento crítico e a imaginação, além de reforçar políticas culturais alinhadas às transformações e demandas da sociedade contemporânea (Darmawati; Tanesab, 2025).

Por fim, o Quadro 3 apresenta um resumo das principais políticas públicas e ações promovidas para o desenvolvimento da cultura e das indústrias culturais sul-coreana entre os anos de 1993 e 2025.

Quadro 3 - Resumo das principais políticas culturais (1993-2025)

Governo/Período	Principais Políticas e Ações Culturais
Kim Young-sam (1993–1998)	Reconhecimento da cultura como setor estratégico para o desenvolvimento econômico; incentivos à entrada dos <i>chaebols</i> na indústria cultural por meio de benefícios fiscais e apoio governamental.
Kim Dae-jung (1998–2003)	Considerado o período de início da Onda Coreana, incorporou a indústria cultural à estratégia de desenvolvimento econômico e exportação; lançamento do programa <i>Vision 21 for the Cultural Industry</i> (2000), voltado à modernização da infraestrutura, formação profissional e promoção das exportações culturais; fortalecimento da KOCCA (2001) para apoiar a produção, promoção e distribuição de conteúdo culturais.
Roh Moo-hyun (2003–2008)	Redefinição do papel do Estado, priorizando formas indiretas de apoio às indústrias culturais por meio do fortalecimento dos direitos autorais, da flexibilização regulatória e da promoção de parcerias público-privadas; ampliação da estratégia de <i>nation branding</i> e da internacionalização da <i>Hallyu</i> , com a criação da KOFICE (2003).
Lee Myung-bak (2008–2013)	Utilização da cultura como instrumento de competitividade econômica, <i>soft power</i> e projeção internacional; fortalecimento da atuação da KOCCA na coordenação, financiamento e comercialização de conteúdos culturais; implementação do Primeiro Plano Básico para a Promoção da Indústria de Conteúdos Culturais (2011); ampliação das ações da KOFICE para promover a difusão global da <i>Hallyu</i> e consolidar a imagem internacional do país.
Park Geun-hye (2013–2017)	Consolidação da cultura como eixo estratégico da agenda de "Economia Criativa", com incentivo à convergência entre indústrias culturais e tecnologias digitais; implementação do Segundo Plano Básico de Promoção da Indústria de Conteúdo (2014); ampliação do financiamento às produções culturais e apoio à inovação por meio dos Centros de Inovação da Economia Criativa.
Moon Jae-in (2017–2022)	O Estado passou a atuar na gestão de riscos e no apoio à inovação, destacando-se a criação do <i>Adventure Investment Fund</i> para financiar projetos culturais de alto risco; fortalecimento da proteção à propriedade intelectual com o programa <i>Copyright Vision 2030</i> ; e implementação do Plano de Promoção da Nova <i>Hallyu</i> (2020), voltado à diversificação dos conteúdos culturais e à expansão sustentável da presença global da cultura sul-coreana.
Yoon Suk-yeol (2022–2025)	Priorização da indústria cultural como setor estratégico para ampliar a influência global da <i>Hallyu</i> e fortalecer a projeção internacional da Coreia do Sul; criação de uma estrutura central de planejamento e coordenação para os setores de mídia e conteúdos digitais; ampliação do acesso a mecanismos de financiamento público para o desenvolvimento de propriedades intelectuais com potencial global; incentivo à adaptação das indústrias culturais aos desafios da era da inteligência artificial; modernização dos Centros Culturais Coreanos e fortalecimento da difusão internacional da cultura sul-coreana.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Darmawati e Tanesab (2025); Kamon (2022); Kim (2021), Lee (2019); Neves e Flôres Junior (2025); Shim (2006).

O estudo das políticas públicas implementadas entre 1993 e 2025 evidencia que o Estado sul-coreano desempenhou papel central no desenvolvimento e na internacionalização de suas indústrias culturais, ainda que com diferentes estratégias ao longo dos governos. No capítulo seguinte, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa.

5 METODOLOGIA

Este trabalho adota uma abordagem de métodos mistos, descritiva e exploratória, desenvolvida por meio de pesquisa bibliográfica e documental como principais fontes de informação. Segundo Creswell (2010), uma pesquisa de métodos mistos é vantajosa quando se tem o objetivo de desenvolver uma visão detalhada sobre o significado de um fenômeno e, ao mesmo tempo, generalizar os resultados para uma ampla população.

O levantamento bibliográfico foi realizado por meio da consulta a livros, artigos acadêmicos e publicações que discutem sobre a Onda Coreana, dando prioridade a fontes que abordassem o papel do Estado no desenvolvimento e no fortalecimento da indústria cultural na Coreia do Sul. Já a pesquisa documental baseou-se em relatórios e dados estatísticos oficiais do governo sul-coreano e de instituições ligadas ao setor da cultura, como a KOFICE.

5.1 Dados de Exportação das Indústrias Culturais

Os dados de exportação das indústrias culturais foram coletados do *Hallyu White Paper 2023*, publicado pela KOFICE, e do website do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul, na seção de estatística através da tabela “*Export amount of cultural industries*”, compreendendo o período de 2020 a 2024.

Para a análise, foi calculada a taxa média anual composta de crescimento do valor das exportações da indústria cultural sul-coreana ao longo do período estudado, com o objetivo de mensurar o ritmo médio de expansão das exportações culturais. Para complementar, foram calculadas taxas de crescimento e as participações relativas dos segmentos de jogos, música, filme, quadrinhos e radiodifusão no valor total das exportações.

Os resultados foram organizados em tabelas, com o objetivo de facilitar a análise e a compreensão das informações. Esses procedimentos permitiram identificar tendências de crescimento, mudanças na composição das exportações e a evolução da participação dos segmentos da indústria cultural sul-coreana no mercado internacional.

5.2 Dados de Desempenho dos Conteúdos Sul-Coreanos na Netflix

Para verificar o desempenho e a presença internacional dos conteúdos audiovisuais sul-coreanos, foram utilizados dados da plataforma FlixPatrol³ (flixpatrol.com), que monitora e

³ A FlixPatrol é uma plataforma de monitoramento de rankings de conteúdos em serviços de streaming, utilizada como fonte auxiliar em análises de consumo audiovisual digital. Seus dados já foram empregados em estudos sobre padrões de consumo em plataformas de streaming, como em Çalıřkan (2023) e Demont-Heinrich (2023).

reúne informações sobre o desempenho de filmes e séries em serviços de streaming em diversos países. A plataforma disponibiliza rankings diários e históricos da Netflix, permitindo acompanhar a presença e o desempenho das produções ao longo do tempo.

A coleta dos dados foi realizada na seção *Most Watched*, categoria *TV Shows*, considerando os rankings anuais do *Top 100 TV Shows* da Netflix referentes aos anos de 2023, 2024 e 2025, sendo utilizados para identificar a presença de produções sul-coreanas entre as séries de maior audiência da plataforma e compará-la com produções de outros países. A escolha justifica-se pelo pioneirismo do audiovisual na expansão da Onda Coreana (*Hallyu*).

Dessa forma, buscou-se avaliar a inserção e o alcance internacional das produções sul-coreanas no mercado global de *streaming*, complementando a análise dos dados de exportação cultural e contribuindo para a compreensão da expansão internacional da Onda Coreana.

5.3 Limitações da Pesquisa

Esta pesquisa apresenta limitações relacionadas à disponibilidade e ao acesso aos dados utilizados na análise. No que diz respeito às exportações das indústrias culturais sul-coreanas, a investigação restringiu-se ao período de 2020 a 2024, correspondente ao intervalo para o qual foram encontrados dados nas fontes consultadas. Essa limitação impossibilitou a realização de uma análise de longo prazo acerca da evolução histórica das exportações culturais sul-coreanas.

Em relação à popularidade dos conteúdos audiovisuais, a verificação concentrou-se exclusivamente em dados da plataforma FlixPatrol referentes à Netflix, em razão da disponibilidade pública e da padronização das informações. A incorporação de dados de outras plataformas de *streaming*, como Prime Video, HBO Max e Disney+ poderia enriquecer a análise e trazer uma visão mais ampla da popularidade dos conteúdos sul-coreanos. No entanto, a falta de bases de dados públicas e acessíveis limitou o uso dessas plataformas na pesquisa.

Além disso, cabe destacar que as bases de dados utilizadas apresentam recortes temporais distintos. Enquanto os dados sobre exportações das indústrias culturais abrangem o período de 2020 a 2024, as informações referentes à popularidade dos conteúdos audiovisuais na Netflix, obtidas por meio do FlixPatrol, compreendem os anos de 2023 a 2025. Assim, os dados de exportação constituem a base principal da análise econômica desenvolvida neste estudo, enquanto os dados do FlixPatrol foram utilizados de forma complementar, com o objetivo de ilustrar a projeção internacional e a visibilidade das produções sul-coreanas no mercado global.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção são apresentados e discutidos os principais resultados da pesquisa, com base nas tabelas e gráficos elaborados. Busca-se entender como as exportações da indústria cultural sul-coreana se comportaram ao longo do período analisado. Também são observados os padrões de circulação dos conteúdos audiovisuais no cenário internacional. Esses resultados são relacionados com a discussão teórica feita anteriormente.

6.1 Exportações da Indústria Cultural sul-coreana

A análise das exportações da indústria cultural sul-coreana permite observar o desempenho exportador do setor e sua inserção no mercado internacional. Nesse sentido, a Tabela 1 apresenta os valores das exportações das indústrias culturais da Coreia do Sul entre 2020 e 2024.

Tabela 1 - Valores do volume de exportações das indústrias culturais (US\$ mil)

Classificação	2020	2021	2022	2023	2024
Publicações	345.960	428.379	375.083	497.290	402.167
Quadrinhos	62.715	81.980	107.635	177.957	263.471
Música	679.633	775.274	927.613	1.222.535	1.801.449
Jogos	8.193.562	8.672.865	8.981.751	8.394.003	8.503.466
Cinema	54.157	43.033	71.440	124.798	114.400
Animação	134.532	156.835	159.355	62.156	41.929
Rádiodifusão	692.790	717.997	948.045	1.047.219	1.257.182
Publicidade	119.935	258.167	327.748	337.693	117.825
Personagens	715.816	412.990	390.399	489.535	459.238
Informação e conhecimento	691.987	660.850	701.400	789.644	874.430
Soluções de conteúdo	233.196	244.527	252.535	202.440	239.873
Total	11.924.283	12.452.897	13.243.004	13.345.270	14.075.430

Fonte: Elaboração pelo autor, com base em MCST (2026) e KOFICE (2024).

Em geral, pode-se afirmar que a Coreia do Sul expandiu as exportações das suas indústrias culturais, apresentaram uma tendência geral de crescimento entre 2020 e 2024, ainda que com comportamentos distintos entre os segmentos.

Em 2024, as exportações das indústrias culturais alcançaram aproximadamente US\$ 14,1 bilhões, um aumento de cerca de 5,5% em relação a 2023. No período de 2020 a 2024, o volume total exportado passou de US\$ 11,924 bilhões para US\$ 14,075 bilhões, correspondendo a uma taxa de crescimento composta média anual de aproximadamente 4,2% ao ano.

O volume das exportações de quadrinhos atingiu US\$ 263,5 milhões em 2024, representando um aumento de aproximadamente 48,1% em comparação com 2023. De acordo com a KOFICE (2024), esse resultado contrasta com o ajuste geral observado mundialmente, já que no caso sul-coreano as exportações continuaram a crescer rapidamente, enquanto no resto do mundo a tendência foi de queda.

No setor musical, as exportações também apresentaram crescimento expressivo entre 2020 e 2024, passando de US\$ 679,6 milhões em 2020 para aproximadamente US\$ 1,8 bilhão em 2024, um crescimento acumulado de aproximadamente 165%. Em termos de taxa média anual composta, observa-se uma expansão aproximada de 27,5% ao ano, evidenciando um forte dinamismo e aceleração do setor ao longo do período.

Esse resultado demonstra a importância do setor na economia sul-coreana. De acordo com a pesquisa *2023 Overseas Hallyu Survey*, realizada pela KOFICE (2023, p. 22), o K-pop foi a primeira imagem que veio à mente quando os entrevistados pensavam na Coreia. Nesse sentido, o crescimento das exportações musicais representa um avanço econômico e reflete a capacidade do gênero de ampliar a visibilidade internacional do país.

Além disso, outro destaque para o crescimento global do setor musical sul-coreana se deve a parceria público-privada no país. Segundo Souza et al. (2022, p. 33), a partir da reprodução do modelo de *chaebols* no setor musical foi elaborado um plano de funcionamento das empresas de entretenimento da Coreia do Sul em parceria com o governo através de políticas públicas de fomento à cultura e as exportações de produtos culturais.

De acordo com a KOFICE (2024), o volume de exportações de conteúdos de radiodifusão é um indicador direto do desempenho da *Hallyu* no setor televisivo. Nesse contexto, as exportações de programas de radiodifusão sul-coreanos passaram de US\$ 692,8 milhões em 2020 para aproximadamente US\$ 1,26 bilhão em 2024. Em termos de taxa média anual composta, observa-se um crescimento aproximado de aproximadamente 16% ao ano, indicando uma trajetória consistente de expansão do setor.

Na Tabela 2 observa-se a variação do crescimento e a participação do setor de jogos, música, radiofusão, filmes e quadrinhos para o mesmo período. A escolha desses setores se justifica, de acordo com KOFICE (2023), por sua maior relevância para a Onda Coreana, uma vez que representam os segmentos mais associados à sua projeção internacional e ao fortalecimento da indústria cultural sul-coreana no exterior.

O setor de jogos manteve a maior participação no total das exportações durante todo o período, embora sua representatividade tenha diminuído de 68,71%, em 2020, para 60,41%, em 2024. Esse resultado indica que, apesar de continuar sendo o principal segmento exportador da

indústria cultural sul-coreana, sua importância relativa foi reduzida diante do crescimento de outros setores.

Tabela 2 - Crescimento e Participações dos setores selecionados nas Exportações da Indústria Cultural (%)

Ano	Jogos		Música		Radiodifusão		Filmes		Quadrinhos	
	Var %	Part %	Var %	Part %	Var %	Part %	Var %	Part %	Var %	Part %
2020	0,00%	68,71%	0,00%	5,70%	0,00%	5,81%	0,00%	0,45%	0,00%	0,53%
2021	5,85%	69,65%	14,07%	6,23%	3,64%	5,77%	-20,54%	0,35%	30,72%	0,66%
2022	3,56%	67,82%	19,65%	7,00%	32,04%	7,16%	66,01%	0,54%	31,29%	0,81%
2023	-6,54%	62,90%	31,79%	9,16%	10,46%	7,85%	74,69%	0,94%	65,33%	1,33%
2024	1,30%	60,41%	47,35%	12,80%	20,05%	8,93%	-8,33%	0,81%	48,05%	1,87%

Fonte: Elaboração pelo autor, com base em MCST (2026) e KOFICE (2024).

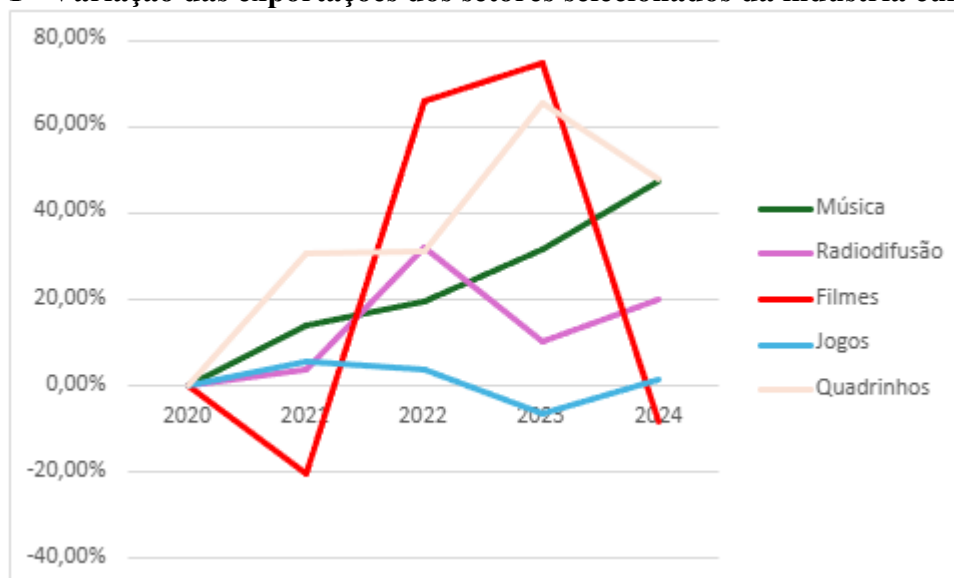
Nota: A variação de 2020 foi tratada como ano-base (0,00%). A participação foi calculada sobre o total geral das exportações da indústria cultural, não apenas sobre o subtotal dos cinco setores selecionados.

No caso da indústria cinematográfica, observa-se um movimento diferente em relação aos outros setores analisados. As exportações de filmes sul-coreanos passaram de aproximadamente US\$ 124,8 milhões em 2023 para US\$ 114,4 milhões em 2024, representando uma queda de 8,3% no volume de exportações.

A radiodifusão também apresentou desempenho positivo, especialmente a partir de 2022, quando registrou crescimento de 32,04%, seguido por novas elevações em 2023 e 2024. Esse comportamento sugere o fortalecimento da circulação internacional de conteúdos audiovisuais sul-coreanos, como dramas, programas televisivos e outros formatos de mídia.

O Gráfico 1 complementa a Tabela 2 ao evidenciar o comportamento das taxas anuais de crescimento dos setores analisados.

Gráfico 1 - Variação das exportações dos setores selecionados da indústria cultural (%)



Fonte: Elaboração pelo autor, com base em MCST (2024) e KOFICE (2024).

Observa-se que a música apresentou a trajetória mais regular, com taxas positivas e crescentes entre 2021 e 2024. Esse movimento diferencia o setor musical dos demais segmentos, que apresentaram maior oscilação ao longo do período. O setor de filmes, por exemplo, registrou forte instabilidade, com queda em 2021, crescimento em 2022 e 2023 e nova retração em 2024.

Além da análise do crescimento das exportações, é importante observar sua representatividade em relação ao desempenho agregado da economia. Nesse sentido, a Tabela 3 apresenta a razão entre o valor das exportações culturais e o Produto Interno Bruto (PIB) nominal da Coreia do Sul no período analisado.

Tabela 3 – Razão entre exportações da indústria cultural e PIB real da Coreia do Sul (2020–2024)

Ano	Exportações culturais (US\$ bi)	PIB real (US\$ tri)	Razão exportações / PIB (%)
2020	11,92	1,72	0,69
2021	12,45	1,8	0,69
2022	13,24	1,85	0,72
2023	13,34	1,88	0,71
2024	14,08	1,92	0,73

Fonte: Elaboração pelo autor, com base em Banco Mundial - GDP (constant 2015 US\$), Korea, Rep., MCST (2024) e KOFICE (2024).

Embora a participação das exportações da indústria cultural no PIB real da Coreia do Sul permaneça inferior a 1% ao longo de todo o período analisado, observa-se relativa estabilidade, acompanhada de um leve crescimento, passando de 0,69% em 2020 para 0,73% em 2024. Esse comportamento indica que as exportações culturais vêm ampliando gradualmente sua participação relativa no produto nacional.

6.2 Desempenho dos dramas coreanos no streaming

As novas tecnologias, especialmente as digitais, transformaram os modos de produção, divulgação, distribuição e consumo de bens e serviços culturais. Como resultado, possibilitaram o surgimento de novos produtos, modelos de negócio e formas de concorrência nos mercados (Porta, 2006). Uma das transformações mais expressivas desse processo é a consolidação das plataformas de *streaming*, que passaram a desempenhar papel fundamental na circulação internacional de conteúdos audiovisuais.

Em 2026, a Netflix alcançou a marca de 325 milhões de assinantes, consolidando-se como a principal plataforma de streaming do mundo (Spangler, 2026). A Tabela 4 apresenta a distribuição das séries mais assistidas da Netflix, considerando o Top 100 de 2023 a 2025, segundo o país de origem das produções.

Tabela 4 - Distribuição das séries mais assistidas na Netflix (Top 100) por país de origem (2023–2025)

País	2023	2024	2025
Estados Unidos	58	65	52
Reino Unido	15	14	16
Coreia do Sul	6	8	11
Espanha	4	3	5
Rússia	4	2	2
Brasil	4	2	0
Outros	9	6	14
Total por ano	100	100	100

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em FlixPatrol (2026).

Observa-se que os Estados Unidos permanecem como o principal produtor de conteúdos presentes no ranking, ocupando a maioria em todos os anos analisados. Esse resultado confirma a permanência da centralidade norte-americana no setor audiovisual global, especialmente no ambiente das plataformas de *streaming*.

No entanto, mesmo diante dessa predominância, a Coreia do Sul apresenta uma presença relevante e crescente. Em 2025, o número de produções sul-coreanas no Top 100 alcançou 11 produções, indicando uma maior participação das séries sul-coreanas na plataforma e evidenciando a projeção internacional da sua indústria cultural. Em termos percentuais, a participação sul-coreana no ranking geral passou de 6% em 2023 para 11% em 2025.

Já na Tabela 5, considerando apenas as séries em língua não inglesa, a Coreia do Sul se destaca como o país com o maior número de produções no ranking, superando países como Espanha e Brasil nos anos analisados.

Tabela 5 - Distribuição das séries em língua não inglesa mais assistidas na Netflix (Top 100) por país de origem (2023–2025)

País	2023	2024	2025
Coreia do Sul	6	8	11
Espanha	4	3	5
Rússia	4	2	2
Brasil	4	2	0
Suécia	1	0	3
Alemanha	1	1	1
Colômbia	2	0	1
Outros	5	5	7
Total	27	21	30

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em FlixPatrol (2026).

Em 2023, das 27 séries desse recorte, 6 eram sul-coreanas, o que corresponde a 22,2%. Em 2024, a participação chegou a 38,1%, e, em 2025, manteve-se elevada, com 36,7% das produções não anglófonas presentes no top 100.

Esses resultados reforçam a competitividade internacional dos dramas sul-coreanos no mercado audiovisual digital, especialmente entre produções em língua não inglesa. A presença consistente da Coreia do Sul no ranking sugere que esses produtos deixaram de ocupar um nicho regional para consolidar seu alcance global.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propõe a estabelecer uma conexão entre a cultura e as ciências econômicas, identificando qual o papel do setor cultural na estratégia de exportação e projeção internacional da Coreia do Sul. Em síntese, foram propostos os seguintes objetivos: primeiro, compreender o processo de formação e expansão dos produtos culturais sul-coreanos para além das fronteiras nacionais; segundo, verificar em que medida esse fenômeno se relaciona com o desenvolvimento das políticas culturais promovidas pelo Estado a partir da década de 1990; e por fim, analisar a evolução das exportações da indústria coreana no período de 2020 a 2024 e identificar a presença das produções coreanas nas plataformas digitais de 2023 a 2025.

Assim sendo, o passo inicial consistiu em delinear os principais conceitos que compreendem a cultura como um fator relevante para a análise econômica. Nesse ponto, o estudo reforça a contribuição do setor cultural para o crescimento econômico e sua importância como ferramenta estratégica de atração e influência global, ressaltando sua importância na formulação de políticas públicas.

Essa abordagem revela a Onda Coreana como um fenômeno cultural, político e econômico complexo. Mazur (2018) aponta alguns fatores que contribuíram para a ocorrência da expansão das exportações dos produtos culturais sul-coreanos, entre eles a liberalização midiática em meados dos anos 1990, que movimentou o fluxo de produtos sul-coreanos na região; e a crise financeira asiática de 1997, que reforçou a necessidade de diversificação da estratégia de desenvolvimento do país.

Os resultados discutidos no trabalho apontam que a Coreia do Sul apresentou expansão nas exportações das indústrias culturais durante o período analisado, com setores como jogos, música e radiodifusão representando a maior participação nas exportações. Assim, evidencia-se sua importância para o crescimento econômico e para sua projeção internacional.

Verificou-se também que a presença de produções sul-coreanas no *streaming* da Netflix, entre o período de 2023 a 2025, teve um aumento gradual no ranking das produções mais assistidas da plataforma mundialmente, demonstrando a capacidade de circulação e projeção internacional dos dramas sul-coreanos, setor pioneiro na expansão da Onda Coreana. Entre as produções de língua não-inglesa, as sul-coreanas assumem a liderança no ranking.

Esse resultado reforça a perspectiva apresentada por Mazur (2018), de que os dramas sul-coreanos ocupam posição de destaque na Onda Coreana contemporânea, sobretudo em razão da sua capacidade de dialogar com diferentes culturas por meio da sua expansão para

diferentes regiões e continentes, principalmente por meio das plataformas digitais, como os serviços de *streaming*.

Reforçando o argumento de Silva (2023), os resultados demonstram que embora as plataformas de streaming tenham ampliado o acesso a conteúdo de diferentes nacionalidades, à exceção da Onda Coreana, elas não foram suficientes para romper de maneira significativa com a predominância dos países hegemônicos no mercado audiovisual.

Em relação as dificuldades para a realização deste trabalho, destacaram-se como principais: a falta de dados das exportações das indústrias culturais em períodos mais longos de tempo, a dificuldade de acesso e compreensão de determinados documentos com uso do idioma sul-coreano e a impossibilidade de analisar a presença das produções culturais em outras plataformas de streaming.

Em síntese, esse trabalho traz uma análise geral sobre a cultura como ferramenta para o crescimento das exportações e fortalecimento da projeção internacional, usando o caso da Coreia do Sul como base para o estudo. Assim, a pesquisa busca contribuir para o debate sobre a cultura não apenas como entretenimento, mas também como fator estratégico para o crescimento econômico e fortalecimento da projeção internacional.

Como sugestão para trabalhos futuros, sugere-se a importância de realizar investigações com bases de dados mais amplas e diversificadas, a fim de analisar o comportamento das exportações a partir do surgimento da Onda Coreana na década de 1990. Além disso, seria relevante examinar os efeitos da projeção cultural sobre diferentes setores econômicos a fim de compreender os impactos indiretos e os possíveis efeitos multiplicadores da cultura sobre a economia. Por fim, sugere-se ampliar a análise de setor audiovisual por meio de dados de diferentes plataformas de streaming, permitindo avaliar a difusão internacional dessas produções com maior precisão.

REFERÊNCIAS

- BASINI, Bruna. How the ‘Korean wave’ conquered the planet. **Le Monde**, Paris, 14 mar. 2025. Economy. Disponível em: https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2025/03/14/how-the-korean-cultural-wave-conquered-the-planet_6739133_19.html. Acesso em: 7 out. 2025.
- ÇALIŞKAN, Ö. *Film genres and emotions: genres watched by Netflix Türkiye viewers and emotion variations during the pandemic*. Erciyes İletişim Dergisi, v. 10, n. 1, p. 1–22, 2023.
- CHO, Fernanda. **Cultura como estratégia: o modelo sul-coreano de expansão global**. *FGV RIC: Revista de Iniciação Científica*, Rio de Janeiro, 2025.
- CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DARMAWATI, D.; TANESAB, J. P. . From Ecosystem to Export: South Korea’s Cultural Policy and Implications for Indonesia (A Comparative Study of Cultural Policies in South Korea and Indonesia). **Eduvest - Journal of Universal Studies**, [S. l.], v. 5, n. 11, p. 13152–13169, 2025. DOI: 10.59188/eduvest.v5i11.51495.
- DEMONT-HEINRICH, C. American cultural insularity and global online video: are Netflix, Amazon Prime and other digital streaming platforms broadening Americans’ foreign film consumption horizons? **Journal of Communication Inquiry**, Thousand Oaks, v. 0, n. 0, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/01968599221139283>.
- FLIXPATROL. Most Watched Movies and TV Shows. FlixPatrol, 2026. Disponível em: <https://flixpatrol.com/most-watched/>. Acesso em: 10 abr. 2026.
- HESMONDHALGH, David. **The cultural industries**. 3. ed. London: SAGE, 2013.
- JIN, Dal Yong. Hallyu 2.0: the new Korean Wave in the creative industry. **II Journal**, University of Michigan, p. 3-7, Fall 2012.
- JIN, Dal Yong. **Understanding the Korean Wave: transnational Korean pop culture and digital technologies**. London: Routledge, 2023.
- KAMON, Butsaban. The Hallyu policies of the Korean government. **Journal of Language and Culture**, Nakhon Pathom, v. 41, n. 2, p. 1-24, 2022.
- KANG, Hyungseok. **Reframing cultural diplomacy: international cultural politics of soft power and the creative economy**. [S. l.]: Cultural Diplomacy, 2013. 14 p.
- KANG, Hyungseok. Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches. **International Journal of Cultural Policy**, v. 21, n. 4, p. 433-447, 2015.
- KIM, Taeyoung. **The state’s roles in the development of cultural industries: Korean cultural industry policies from 1993 to 2021**. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação) – School of Communication, Faculty of Communication, Art and Technology, Simon Fraser University, Burnaby, Canada, 2021.

KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE (KOFICE). **Hallyu White Paper 2023**. Seoul: KOFICE, 2024. (Annual Report, 2024-02). Disponível em: https://www.archivecenter.net/hallyuresearch/archive/srch/ArchiveNewSrchView.do?i_id=126777. Acesso em: 25 abr. 2026.

KOREAN FOUNDATION FOR INTERNATIONAL CULTURAL EXCHANGE (KOFICE). **2023 Overseas Hallyu Survey**. Seoul: KOFICE, 2023. Disponível em: https://www.archivecenter.net/hallyuresearch/archive/srch/ArchiveNewSrchView.do?i_id=126743. Acesso em: 25 abr. 2026.

LEE, Geun. A theory of soft power and Korea's soft power strategy. *Korean Journal of Defense Analysis*, v. 21, n. 2, p. 205-218, 2009.

LEE, Hye-Kyung. The new patron state in South Korea: cultural policy, democracy and the market economy. *International Journal of Cultural Policy*, v. 25, n. 1, p. 48-62, 2019.

MARK, Simon L. Rethinking cultural diplomacy: the cultural diplomacy of New Zealand, the Canadian Federation and Quebec. *Political Science*, v. 62, n. 1, p. 62-83, 2010.

MAZUR, Daniela de Souza. **Um mergulho na Onda Coreana, nostalgia e cultura pop na série de K-dramas “Reply”**. 2018. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25238.60488>. Acesso em: 15 abr. 2026.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias & políticas da cultura. Visões multidisciplinares**. Salvador: Editora da UFBA, 2007. pp. 95–111.

MINISTRY OF CULTURE, SPORTS AND TOURISM (MCST). **Statistics**. Sejong: Ministry of Culture, Sports and Tourism, [s.d.]. Disponível em: <https://www.mcst.go.kr/english/statistics/statistics.jsp>. Acesso em: 15 abr. 2026.

NEVES, Leonardo Paz; FLÔRES JUNIOR, Renato Galvão. **South Korean public diplomacy: a brief assessment from the Brazilian perspective**. Rio de Janeiro: FGV NPII, 2025. 86 p. Em parceria com Korea Foundation. Disponível em: https://iiu.fgv.br/sites/default/files/2025-03/FGV_IIU_KF_31March25__compressed.pdf. Acesso em: 1 out. 2025.

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

PARK, Tiwa. Nation branding and its significance: a literature perspective. *Elementary Education Online*, [S. l.], v. 20, n. 6, p. 947–959, 2021.

PORTA, Paula. **Economia da cultura: um setor estratégico para o país**. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. São Paulo: Manole, 2006.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Política cultural na contemporaneidade. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 23, p. 26–36, 2002.

ŚCIBIORSKA-KOWALCZYK, Izabela; CICHÓN, Joanna. The significance of cultural policy: case study of South Korea. **Sustainability**, v. 13, n. 24, artigo 13805, 2021.

SANTOS, Murilo Batista dos. Chaebol: O papel dos grandes grupos privados na Coreia da terceira revolução industrial. Monografia II.

SHIM, Doobo. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. **Media, Culture & Society**, v. 28, n. 1, p. 25-44, 2006.

SILVA, Maria Clara Vilela Alves de. **Hallyu e desenvolvimento econômico na Coreia do Sul: o fortalecimento das indústrias culturais domésticas e a difusão global da cultura popular sul-coreana na estratégia de desenvolvimento econômico do país**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/003183059>. Acesso em: 1 out. 2025.

SILVA, Marina Presser Alves da; FARIAS, Amália Costa. A transgressão da cultura popular sul-coreana: a Hallyu e sua influência no consumo de produtos sul-coreanos. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 7, n. 5, p. 586-600, 2021.

SOUZA, Rodrigo Otero Fernández; MOTA, Aline Carolina da Rocha; NÓBREGA, Giovanna Leal; LEITE, Alexandre César Cunha. A projeção internacional da Coreia do Sul através do K-pop como produto cultural. **Conjuntura internacional**, Belo Horizonte, v. 19, n. 1, p. 23–37, 2023.

SPANGLER, Todd. Netflix tops 325 million subscribers, plans to boost content spending 10% to \$20 billion in 2026. **Variety**, 21 jan. 2026. Disponível em: <https://variety.com/2026/tv/news/netflix-q4-2025-financial-earnings-subscribers-1236635615/>. Acesso em: 5 jun. 2026.

THROSBY, David. *The economics of cultural policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

THROSBY, David. Teorias do valor. In: VALIATI, Leandro (org.). **Economia da cultura e indústrias criativas: tomo I: fundamentos e evidências**. São Paulo: Itaú Cultural; WMF Martins Fontes, 2022. cap. 1, p. 19-50.

TONIOL, Ana Paula Nobile; ALBIERI, Sara. Ciência econômica e economia da cultura: Transferências e especificidades. **Intelligere**, [S. l.], n. 7, p. 9, 2019. DOI: 10.11606/issn.2447-9020.intelligere.2019.162122.

UNCTAD. **Creative economy report 2010: creative economy: a feasible development option**. Geneva: United Nations, 2010.

WORLD BANK. *GDP (constant 2015 US\$) – Korea, Rep.* Washington, DC: World Bank, [s.d.]. Disponível em: data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD. Acesso em: 24 jun. 2026.

ZAMORANO, Mariano Martín. Reframing cultural diplomacy: the instrumentalization of culture under the soft power theory. **Culture Unbound**, v. 8, n. 2, p. 165-186, 2016.

ZANELLA, Cristine Koehler; NEVES JUNIOR, Edson José; SILVA, Livia Ribeiro da. Cultural diplomacy and soft power: critical analysis and methodological application. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v. 67, n. 1, e012, 2024.