

CENTROS CULTURAIS COREANOS E A DIPLOMACIA CULTURAL DA COREIA DO SUL: *SOFT POWER* E A EXPANSÃO DA *HALLYU*¹

Korean Cultural Centers and South Korea's Cultural Diplomacy: Soft Power and the Expansion of Hallyu

Jan Marcel de Almeida Freitas Lacerda²

Matheus Matos de Amorim³

¹O presente artigo é uma adaptação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de um dos autores.

²Universidade Federal do Tocantins, Porto Nacional, Tocantins, Brasil. **E-mail:** janmarcellacerda@uft.edu.br **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3357-6367>.

³Universidade Federal do Tocantins, Porto Nacional, Tocantins, Brasil. **E-mail:** matheusmatos0104@gmail.com **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0001-2248-2026>.

Artigo recebido em: 15 mai. 2025 | Aceito em: 13 out. 2025.



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

RESUMO

Este artigo analisa a utilização da diplomacia cultural pela Coreia do Sul como instrumento de expansão de seu *soft power*, com ênfase nos Centros Culturais Coreanos (CCC) e sua relação com o fenômeno da *Hallyu* (onda coreana). A pesquisa parte da hipótese de que tais centros, mantidos pelo Estado sul-coreano, funcionam como espaços estratégicos de difusão cultural, contribuindo para a formação de uma imagem internacional positiva e influente do país. O estudo se apoia em referencial teórico sobre *soft power*, diplomacia pública e diplomacia cultural, bem como em abordagens sul-coreanas que destacam o papel do Estado na articulação de políticas culturais voltadas ao exterior. O artigo adota metodologia qualitativa e dedutiva, com base em pesquisa bibliográfica e documental. Analisa-se também a atuação específica do Centro Cultural Coreano no Brasil. Os resultados apontam para a efetividade dos CCC como mecanismos diplomáticos que integram cultura, estratégia e identidade nacional, reafirmando a diplomacia cultural como um vetor fundamental da projeção sul-coreana no sistema internacional.

Palavras-chave: *Hallyu*. Diplomacia Cultural. Centros Culturais Coreanos.

ABSTRACT

This article analyzes South Korea's use of cultural diplomacy as an instrument to expand its soft power, focusing on the Korean Cultural Centers (KCCs) and their relationship with the phenomenon of *Hallyu* (Korean wave). The research is based on the hypothesis that these centers, maintained by the South Korean government, serve as strategic spaces for cultural dissemination, contributing to the formation of a positive and influential international image of the country. The study is supported by theoretical frameworks on soft power, public and cultural diplomacy, and South Korean perspectives that highlight the role of the State in shaping cultural policies abroad. The article adopts a qualitative and deductive methodology, based on bibliographic and documentary research. It also analyzes the specific operation of the Korean Cultural Center in Brazil. The results indicate the effectiveness of the KCCs as diplomatic mechanisms that integrate culture, strategy, and national identity, reaffirming cultural diplomacy as a fundamental vector in South Korea's international projection.

Keywords: *Hallyu*. Cultural Diplomacy. Korean Cultural Centers.

INTRODUÇÃO

A Coreia do Sul emergiu de um histórico de colonização japonesa (1910–1945) e guerra civil (1950–1953) seguida de divisão territorial em duas nações. Nas décadas posteriores, apesar dos regimes autoritários, o país experimentou rápido desenvolvimento econômico, o chamado Milagre do Rio Han, que o transformou de nação periférica devastada em uma economia dinâmica do leste asiático (KIM, 2011). Com a redemocratização nos anos 1990, a política estatal voltou-se para a internacionalização cultural, entendendo a cultura como pilar da inserção externa. Nesse contexto, o governo sul-coreano adotou o conceito de *soft power* (SP) – formulado por Joseph

Nye (2004) como a capacidade de influenciar pela atração, não pela coerção – para reformular sua imagem nacional e ampliar sua influência global. Políticas públicas deliberadas passaram a incentivar as indústrias culturais e a diplomacia cultural, culminando no fenômeno da *Hallyu* (onda coreana) como estratégia de projeção internacional do país (Kim, 2013; Carvalho, 2019).

A *Hallyu* expandiu-se nos anos 2000 para além do continente asiático, passando a integrar outras expressões culturais, como o K-pop, o cinema coreano, os games e a gastronomia. O *Korean Culture and Information Service* (2011) destaca que essa estratégia foi acompanhada de uma política deliberada do governo para difundir a cultura coreana, consolidando uma diplomacia cultural proativa e institucionalizada. Nesse contexto, os Centros Culturais Coreanos (CCC) passaram a ser implantados como instrumentos de *soft power* cultural, reforçando o contato com as sociedades estrangeiras.

Velarde (2015) chama atenção para a importância de estudar a Coreia do Sul desde uma perspectiva latino-americana, observando que os CCC, presentes em países como Argentina e México, atuam como pontes entre culturas. Eles promovem a cultura coreana entre os cidadãos locais e incentivam a interação entre acadêmicos latino-americanos e as instituições coreanas. Tal constatação se aplica também ao Brasil, que conta com um CCC em São Paulo. Partindo da hipótese de que a diplomacia cultural baseada na *Hallyu* impulsiona a criação e a atuação dos CCC como mecanismos de projeção do *soft power* sul-coreano, este estudo propõe responder à seguinte questão: como a diplomacia cultural da Coreia do Sul, sob o viés da *Hallyu*, fomenta a implementação dos Centros Culturais Coreanos no processo de expansão do seu *soft power*?

A diplomacia cultural (DC), objeto central deste artigo, será discutida como prática estratégica de construção da imagem do país e de consolidação de sua presença internacional. Ao ultrapassar o paradigma da Guerra Fria, a Coreia do Sul investe em mecanismos simbólicos e culturais para se posicionar internacionalmente, estabelecendo vínculos com povos e culturas diversas. Dessa forma, o presente estudo justifica-se não apenas pela relevância teórica do debate, mas pela urgência de compreender os instrumentos diplomáticos alternativos em contextos de multipolaridade e disputas simbólicas globais. Ademais, a literatura acadêmica sobre os CCC ainda é incipiente, o que confere à pesquisa um caráter exploratório e pioneiro no tema. Além disso, o estudo adota uma perspectiva crítica em relação à política cultural sul-coreana e à atuação dos CCCs, buscando identificar não apenas seus êxitos, mas também suas limitações e desafios à luz de contrapontos teóricos e contextuais pertinentes.

A estrutura do artigo compreende: i) a sistematização teórica dos conceitos de *soft power*, diplomacia pública e diplomacia cultural, com base em autores como Nye (2004), Gilboa (2001), Cho (2012), Cummings (2003), Ribeiro (2011), Lee (2009) e Sohn (2015); ii) é desenvolvida a análise histórica da política cultural sul-coreana e da evolução da *Hallyu*, com foco no papel do Estado e nas transformações setoriais da indústria cultural coreana iii) a análise do processo de ascensão da *Hallyu* como estratégia de Estado; iv) a investigação sobre a atuação dos Centros Culturais Coreanos, com ênfase no caso brasileiro.

A metodologia adotada é qualitativa e exploratória, centrada na revisão de literatura especializada e na análise de documentos institucionais e governamentais. O estudo segue uma abordagem dedutiva, partindo de categorias teóricas para a análise da prática diplomática da Coreia do Sul por meio dos CCC. Considera-se ainda que a produção científica sobre os CCC ainda é incipiente, o que confere à pesquisa um caráter pioneiro. Ao final, o artigo busca avaliar em que medida os objetivos propostos foram alcançados e se a hipótese da pesquisa se confirma à luz das evidências levantadas.

REFERÊNCIAL TEÓRICO

Entre os diversos esforços para consolidar sua inserção no sistema internacional, destaca-se a estratégia de construção de uma nova imagem nacional com base no setor cultural, articulada por políticas públicas e incentivos do setor privado. Essa iniciativa vincula-se ao conceito de *Soft Power* (SP), cunhado por Joseph Nye (2004) e entendido como a capacidade de influenciar outros atores por meio da atração, em vez da coerção. Tal influência decorre sobretudo da cultura, dos valores políticos e da política externa de um país que, se vistos como legítimos, aumentam seu prestígio e capacidade de moldar preferências no cenário global. Como afirma Nye (2004, p. 10), “o *soft power* surge da atratividade da cultura, dos ideais políticos e das políticas de um país. Quando nossas políticas são vistas como legítimas aos olhos dos outros, nosso *soft power* é aprimorado”. Em contrapartida ao *hard power* baseado em força militar ou coerção econômica, o *soft power* opera em esferas mais sutis e simbólicas. Como potência média, a Coreia do Sul encontrou no *soft power* uma estratégia viável para sua projeção internacional, operando preferencialmente nessas esferas simbólicas para contornar seus limites materiais.

Nye (2004) contrapõe o SP ao *hard power* tradicional, e posteriormente desenvolveu a ideia de *smart power*, combinação de coerção e atração (Nye, 2009). Ainda assim, Estados como a Coreia do Sul, conscientes de seus limites materiais, privilegiam os instrumentos simbólicos e culturais para se projetarem globalmente. Nesse sentido, autores sul-coreanos aportam nuances específicas à aplicação do *soft power*. Lee (2009), por exemplo, desenvolve uma tipologia funcional, identificando cinco categorias pelas quais o SP pode ser utilizado estrategicamente. A primeira categoria refere-se à capacidade de melhorar o ambiente de segurança externa, projetando uma imagem pacífica e atrativa capaz de reduzir tensões e gerar confiança internacional. A segunda busca mobilizar apoio internacional, obtendo respaldo político e diplomático em fóruns multilaterais e junto a aliados estratégicos. A terceira diz respeito a influenciar as preferências de outros países, redirecionando decisões de parceiros em consonância com os interesses nacionais. A quarta enfatiza a demonstração de unidade nacional, promovendo coesão cultural e política interna para reforçar a credibilidade externa. Por fim, a quinta categoria envolve o aumento da aprovação interna, fortalecendo lideranças por meio do prestígio internacional adquirido (Lee, 2009). Esse modelo evidencia que o SP não é apenas um recurso de política externa, mas também de articulação doméstica. Ao aplicar o SP como país de porte médio, a Coreia do Sul procura manter relevância sem adotar posturas hegemônicas, o que inclui o fortalecimento de estratégias de “diplomacia de contribuição” (Sohn, 2015). Sohn (2015)

argumenta que potências médias operam como construtoras de coalizões por meio da promoção cultural, da disseminação de valores democráticos e do engajamento em iniciativas multilaterais, reforçando a imagem de um país pacífico e cooperativo – atributos centrais do SP. Para ele, o êxito da Coreia na projeção de SP está ligado à habilidade de mediar interesses entre potências maiores (China, Japão, EUA), explorando sua identidade moderna e democrática.

Lee (2009) desenvolve uma tipologia específica para analisar a utilização do *soft power*, estruturando-o em cinco categorias funcionais. A primeira refere-se à capacidade de melhorar o ambiente de segurança externa, por meio da projeção de uma imagem pacífica e atrativa, capaz de reduzir tensões e gerar confiança internacional. A segunda categoria busca mobilizar apoio internacional, obtendo respaldo político e diplomático em fóruns multilaterais e junto a aliados estratégicos. A terceira diz respeito à função de manipular as preferências de outros países, no sentido de redirecionar decisões de aliados e parceiros em consonância com os interesses nacionais. Já a quarta categoria enfatiza a importância de demonstrar unidade nacional, promovendo coesão cultural e política interna, o que reforça a credibilidade externa. Por fim, a quinta categoria compreende o esforço para aumentar a aprovação interna, legitimando líderes e fortalecendo governos por meio do prestígio internacional obtido.

Esse modelo proposto por Lee permite compreender que o SP não é apenas um recurso de política externa, mas também de articulação doméstica. Além disso, ao aplicar o SP como potência média, a Coreia do Sul busca manter relevância sem adotar posturas hegemônicas, o que inclui o fortalecimento de estratégias de "diplomacia de contribuição" (Sohn, 2015).

Sohn (2015) argumenta que potências médias operam como construtoras de coalizões por meio da promoção cultural, da disseminação de valores democráticos e do engajamento em iniciativas multilaterais. Isso reforça a imagem de um país pacífico e cooperativo, atributos centrais do SP. Para ele, o êxito da Coreia na projeção de SP está intimamente ligado à sua habilidade de mediar interesses entre potências maiores (China, Japão e EUA), explorando sua identidade moderna e democrática.

Lee (2009) identifica os objetivos do *soft power* coreano em duas frentes principais: econômico-comercial e político-securitária. Na dimensão econômica, busca-se expandir exportações e o turismo, fortalecer a imagem do país como nação desenvolvida e promover as indústrias culturais; já na dimensão político-securitária, almeja-se ampliar a liderança regional, vincular a imagem cultural à estabilidade política e utilizar celebridades como embaixadores culturais (Lee, 2009). Por outro lado, a pesquisadora brasileira Daniela Mazur (2018) chama atenção para os limites analíticos de se reduzir a *Hallyu* estritamente ao conceito ocidental de *soft power*. Em sua dissertação, Mazur (2018) propõe compreender a expansão da cultura pop sul-coreana como uma forma de “globalização alternativa”, que desloca os fluxos culturais tradicionalmente centrados no Ocidente. Essa abordagem enfatiza os contrafluxos culturais e a possibilidade de a Coreia do Sul se posicionar não apenas como usuária de um instrumento

diplomático consagrado, mas como protagonista na construção de novas formas de circulação cultural.

A diplomacia pública (DP), conceito explorado por Gilboa (2001, 2008) e anterior ao SP, refere-se à comunicação direta entre governos e públicos estrangeiros. Melissen (2005) aponta que a DP difere da diplomacia tradicional por envolver sociedade civil e atores não estatais. Para Cho (2012), a DP coreana é orientada à formação de confiança, compreensão mútua e justificação de políticas nacionais. De acordo com o *Public Diplomacy Strategy* elaborado pelo Ministério das Relações Exteriores da Coreia do Sul (Mofa, 2020), a diplomacia pública do país tem como visão central “fascinar o mundo com o charme coreano”. Essa visão desdobra-se em três metas principais: compartilhar a cultura nacional com públicos estrangeiros, promover uma imagem positiva do país e apoiar as políticas externas do governo. Para alcançar tais objetivos, foram definidas estratégias específicas, entre as quais se destacam o fortalecimento do intercâmbio cultural, a promoção sistemática do ensino do idioma coreano e a ampliação da cooperação entre instituições públicas e atores privados.

Já a diplomacia cultural (DC), enquanto vertente da DP, está diretamente ligada ao uso intencional da cultura como instrumento de inserção internacional. Cummings (2003) define a DC como intercâmbio de ideias e manifestações culturais para promover entendimento mútuo. Ribeiro (2011) afirma que a DC vai além da cultura, podendo atingir objetivos estratégicos de natureza política, comercial e econômica. Essa compreensão de cultura como construção histórica, conforme Santos (1996), Vaz (1966) e Chauí (1982), embasa a visão de que a cultura nacional pode ser mobilizada pelo Estado como recurso simbólico de poder. A Unesco (2002), em sua Declaração Universal sobre Diversidade Cultural, reforça a importância da cultura como elemento essencial da coesão e identidade das sociedades.

Ao analisar a *Hallyu* apenas sob a ótica do *soft power*, corre-se o risco de ignorar suas dimensões socioculturais e econômicas próprias. Mazur (2018) argumenta que a Onda Coreana deve ser interpretada como um processo de reconfiguração identitária que combina nostalgia, consumo cultural e diplomacia cultural em múltiplos níveis. Essa perspectiva amplia o debate, ao propor que a *Hallyu* funciona não apenas como instrumento estatal, mas também como resultado da interação entre indústrias culturais, audiências transnacionais e redes de fãs.

Kim (2011) observa que o governo coreano estrutura sua DC com base na difusão da cultura pop, da língua e da culinária, reforçando o *branding* nacional. Para Kim e Ni (2011), a DC consiste em utilizar recursos culturais para facilitar a política externa e vice-versa. Pode-se observar que, segundo documento do Ministério das Relações Exteriores da Coreia do Sul (Mofa, 2007), as diretrizes da diplomacia cultural do país estão orientadas por três grandes objetivos. O primeiro consiste em fortalecer a imagem internacional da Coreia, sobretudo por meio de uma participação mais ativa em organizações internacionais. O segundo está centrado em promover o intercâmbio cultural com outros países, o que se concretiza na implementação de Centros Culturais Coreanos (CCCs) e na difusão do ensino da língua coreana como instrumento de

aproximação entre sociedades. Por fim, o terceiro objetivo busca valorizar simultaneamente a diversidade cultural e a identidade nacional, apostando na promoção da indústria cultural e da mídia local como ferramentas de projeção internacional.

Em síntese, observa-se que os conceitos de SP, DP e DC estão interconectados. A diplomacia cultural funciona como base operacional da diplomacia pública, que, por sua vez, atua como catalisadora do *soft power*. Quando a prática da diplomacia cultural está bem articulada com os valores e políticas do país, gera atração, prestígio e influência no sistema internacional. Esses conceitos teóricos estabelecem os fundamentos para a análise prática desenvolvida nas seções seguintes, focalizando o caso da Coreia do Sul e de seus Centros Culturais.

METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem qualitativa, exploratória e dedutiva. A pesquisa bibliográfica fundamentou-se em livros, artigos acadêmicos, dissertações e relatórios oficiais, contemplando autores internacionais (Nye, Cummings, Gilboa) e especialistas sul-coreanos (Lee, Sohn, Kim, Cho). A pesquisa documental abrangeu fontes do Ministério das Relações Exteriores da Coreia do Sul (Mofa), do Korean Culture and Information Service (Kocis) e do Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST), além de dados e informações disponíveis nos sítios oficiais dos Centros Culturais Coreanos e da Embaixada da Coreia no Brasil. O método dedutivo, conforme definido por Prodanov e Freitas (2013), parte de teorias gerais para chegar a conclusões sobre casos específicos, sendo apropriado para investigar o fenômeno da *Hallyu* e sua institucionalização na política externa sul-coreana.

Considerando o caráter exploratório da pesquisa e a escassez de estudos sistematizados sobre os CCCs enquanto instrumentos diplomáticos, a estrutura da investigação foi delineada de modo a abranger aspectos conceituais, históricos e práticos (estudo de caso do CCC no Brasil). Alinhada a essa premissa, a análise qualitativa adotou uma perspectiva interpretativa, buscando compreender os sentidos e estratégias subjacentes à política cultural sul-coreana, bem como sua recepção e institucionalização no exterior.

Na etapa empírica, procedeu-se à coleta e sistematização de documentos institucionais dos CCCs – incluindo relatórios de atividades culturais promovidas pelo Centro Cultural Coreano em São Paulo – e de discursos oficiais disponíveis em inglês e coreano. Essa documentação permitiu mapear os principais eixos de atuação desses centros, suas metas, ações de engajamento cultural, projetos de ensino da língua coreana e iniciativas relacionadas à promoção da *Hallyu*. Os dados obtidos foram confrontados com o referencial teórico, permitindo triangulação das informações e fortalecimento da análise qualitativa.

PAPEL DO GOVERNO DA COREIA DO SUL, O SURGIMENTO DA HALLYU E SUA EVOLUÇÃO

Este tópico apresenta um panorama histórico detalhado do papel desempenhado pelos governos sul-coreanos na transformação do país em uma potência cultural global, culminando no

fenômeno da *Hallyu*. A península coreana, em sua história, foi marcada pela recorrente narrativa de guerras e colonização. O território foi alvo de disputas pelo Japão durante o século XX e, consequentemente, foi ocupado pelos japoneses por décadas. Logo depois, esteve sob influência estadunidense e soviética no período da Guerra Fria (1947-1991), marcado pelo embate entre capitalismo e comunismo. Os acirramentos ideológicos e políticos acarretaram a Guerra da Coreia (1950-1953) e a divisão definitiva do território pelo paralelo 38, originando dois Estados: a República Popular Democrática da Coreia (Coreia do Norte) e a República da Coreia (Coreia do Sul) (Kim, 2011).

A presente análise histórica inicia-se com o "Milagre do Rio Han", expressão que designa a rápida industrialização e o crescimento econômico da Coreia do Sul no pós-Guerra da Coreia (1950–1953), especialmente durante os governos autoritários de Park Chung Hee (1961–1979) e Chun Doo-Hwan (1980–1988). Ambos os líderes foram responsáveis por planos econômicos quinquenais focados na exportação e na infraestrutura, que lançaram as bases do crescimento econômico sustentado, ainda que sob regimes repressivos (Jang; Paik, 2018; Masiero, 2000). Antes da Guerra Fria, a península coreana não era reconhecida como ator de destaque nas relações internacionais, especialmente no Ocidente. Foi a partir dos conflitos civis e da subsequente reconstrução que o país passou a atrair a atenção do mundo como um Estado devastado e empobrecido do leste asiático (Cho, 2012). Com o passar dos anos, porém, a Coreia do Sul apresentou notável desenvolvimento econômico. Entre 1988 e 2019, seu Produto Interno Bruto (PIB) cresceu, em média, 5,45% ao ano, impulsionado especialmente pelas exportações (The World Bank, 2022).

Esse processo de crescimento econômico e ascensão internacional se intensificou após a década de 1980, com o fim dos regimes autoritários (Masiero, 2000). Desde então, políticas de fomento à cultura passaram a ser articuladas com o intuito de reforçar a imagem do país no exterior. Um marco importante foi o sucesso dos *K-dramas* na década de 1990. Foi também nesse período que surgiu o termo *Hallyu*, ou Onda Coreana, cunhado pela mídia chinesa em referência à crescente popularidade dos dramas coreanos na Ásia (Kim, 2013; Carvalho, 2019).

Com a redemocratização nos anos 1990, sobretudo a partir do governo de Kim Young-Sam (1993–1997), o país passou a priorizar a liberalização econômica e a internacionalização. É nesse contexto que surge o conceito de *seggyehwa* (세계화), ou "globalização à coreana", como política de Estado voltada à abertura do país ao mundo nas esferas econômica, cultural e política (Kim, 2000; Lee, 2011). Durante a presidência de Kim Dae-jung (1998–2003), conhecido como "presidente da cultura", essa estratégia é aprofundada com a institucionalização da cultura como ativo econômico. A criação da *Cultural Industry Bureau* em 1994 e a Lei de Promoção da Indústria Cultural em 1999 foram marcos fundamentais. O governo passa a investir significativamente no setor, fundando a *Kocca* (*Korean Creative Content Agency*) e promovendo o crescimento de indústrias culturais como o cinema, a música e os games (Shim, 2006; Sung, 2010).

Com base em relatórios governamentais e medidas institucionais, verifica-se que a cultura passou a ser tratada não apenas como expressão simbólica da identidade nacional, mas também como um ativo estratégico para a economia e para a política externa sul-coreana. A transformação desse setor ocorreu mediante uma série de ações estruturantes promovidas pelo Estado a partir da década de 1990, culminando em sua institucionalização como pilar das relações internacionais coreanas (Park, 2008). Entre os principais marcos dessa política cultural estratégica, além do Bureau de Indústrias Culturais e da Lei de Promoção da Indústria Cultura, estão a fundação da KOCCA (Korea Creative Content Agency) em 2001, e a posterior criação da KOFICE (Korea Foundation for International Cultural Exchange), destinada à diplomacia cultural ativa com o público externo (Park, 2008). Essas instituições elaboraram políticas específicas para setores como audiovisual, música, literatura, jogos digitais e moda, valendo-se de incentivos fiscais, financiamento direto e parcerias público-privadas. O resultado foi uma estrutura estatal voltada a impulsionar a exportação de produtos culturais e a fortalecer o *soft power* nacional.

As principais instituições criadas nesse processo incluem o Cultural Industry Bureau (1994), responsável por coordenar as políticas para a indústria cultural; a Korea Creative Content Agency (KOCCA) (2001), encarregada de oferecer apoio financeiro e estratégico à produção cultural nacional; a Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE) (2003), orientada para a promoção cultural internacional e a diplomacia pública; e a reestruturação do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo (MCST) em 2008, com a missão de formular políticas culturais e turísticas de forma integrada (Shim, 2006; Fuhr, 2015; Mofa, 2020). Esses mecanismos permitiram que a Coreia do Sul construísse uma política cultural robusta, coerente e voltada para o exterior, articulando investimentos em infraestrutura criativa com estratégias de *nation branding*. A cultura passou, assim, a operar como vetor de internacionalização econômica e de influência simbólica, moldando a percepção do país no sistema internacional.

A *Hallyu*, ou “onda coreana”, emerge como resultado desse esforço estratégico. Inicialmente limitada aos k-dramas televisivos, rapidamente passou a abranger o K-pop (música pop coreana), o cinema e os games, expandindo-se da Ásia para outros continentes. No final dos anos 1990 e início dos 2000, a onda coreana ganhou corpo com os *k-dramas* de grande sucesso regional, como *What is Love All About?* (MBC, 1991–1992) e *Winter Sonata* (KBS2, 2002), que foram exportados para a China e o Sudeste Asiático. Essas novelas televisivas alcançaram altas audiências e geraram expressiva demanda por conteúdo cultural coreano, abrindo caminho para a consolidação da imagem cultural da Coreia do Sul ao promover valores, estilos de vida e até o interesse pela língua coreana (Kim, 2013; 2015; Shim, 2006).

Posteriormente, o fenômeno expandiu-se para incluir outros segmentos, como o *K-pop*, com grupos pioneiros como H.O.T. (*Highfive Of Teenagers*, 1996) e a artista solo BoA (estreia em 2000), e, em seguida, artistas da geração seguinte como BTS (*Beyond the Scene*, 2013) e Blackpink (2016). Esses grupos e artistas transformaram o gênero musical em uma poderosa plataforma de expressão cultural global. Os ídolos do K-pop tornaram-se referências de moda, comportamento e

até ativismo, participando de eventos mundiais como a Assembleia Geral da ONU e a COP26, ilustrando o alcance diplomático da cultura pop (Kang, 2015).

No campo do cinema, a Coreia do Sul consolidou seu prestígio internacional com obras como *Oldboy* (2003) e *Parasita* (2019) – este último vencedor do Oscar de Melhor Filme em 2020 – que revelaram a maturidade estética e narrativa da produção nacional. *Parasita*, ao conquistar o primeiro Oscar de melhor filme para um longa em língua não inglesa, marcou um ponto de inflexão para o cinema coreano enquanto ferramenta de diplomacia cultural. Esse feito coroou um processo que já vinha sendo sinalizado por títulos anteriores: filmes como *Oldboy* (2003) e *Trem para Busan* (2016) apresentaram uma estética própria, combinando crítica social e alta qualidade narrativa (Kim, 2021; Yecies; Shim, 2011). Tais obras não apenas entretêm, mas também funcionam como instrumentos de diplomacia cultural ao desafiar estereótipos sobre a Coreia e estimular debates globais (Park, 2008; Kim, 2021).

Na indústria de games, a Coreia do Sul destacou-se com títulos online de grande popularidade, como *Ragnarok Online* (2002), *Crossfire* (2007) e *PlayerUnknown's Battlegrounds* (2017). O sucesso desses jogos foi fomentado por uma política digital ativa, infraestrutura de internet de alta velocidade e pela disseminação de espaços especializados como os *PC bangs* (*lan houses* coreanas). Parcerias com conglomerados tecnológicos (e.g., Samsung, NCSOFT) também contribuíram para fortalecer esse segmento como vetor de *soft power* digital (Kofice, 2020). Em 2020, a receita gerada pela indústria coreana de games superou 18 trilhões de won, posicionando o país entre os maiores players globais do setor e fazendo dos games uma das frentes mais lucrativas da *Hallyu* (Kofice, 2020).

A evolução da *Hallyu* demonstra uma crescente sofisticação e ampliação do alcance cultural sul-coreano. A cada estágio, surgem novos vetores de difusão, plataformas tecnológicas e públicos-alvo, compondo uma estratégia integrada de *soft power* baseada na sinergia entre Estado, indústria criativa e fãs transnacionais (Lee, 2011; Shin, 2020; Yoon, 2018; Kim, 2015). A consolidação desses diversos setores culturais ilustra como a cultura sul-coreana foi instrumentalizada como vetor de política externa, mobilizando valores simbólicos, a participação das elites culturais e o engajamento popular. Como destaca Kang (2015), trata-se de uma diplomacia pública exercida por meio da empatia, da estética e da influência social, consolidando a imagem da Coreia do Sul como um *hub* cultural global.

Os dados de políticas culturais e os indicadores econômicos da exportação cultural demonstram o peso estratégico da cultura para o *soft power* coreano. Em 2019, as exportações diretas de produtos culturais sul-coreanos superaram US\$ 10 bilhões, enquanto os impactos indiretos (em áreas como turismo, cosméticos, moda e gastronomia) atingiram US\$ 5,9 bilhões (KOFICE, 2020). Esses números evidenciam o papel central da *Hallyu* na projeção internacional da Coreia do Sul. De acordo com Kim (2015), a evolução da *Hallyu* pode ser sistematizada em quatro estágios principais: a fase *Hallyu 1.0* (1995–2005), concentrada nos K-dramas e primeiros filmes, com alcance geográfico restrito a países vizinhos na Ásia (China, Japão, Taiwan); a *Hallyu 2.0* (2006–

2015), marcada pelo auge do K-pop e das celebridades coreanas, já atingindo não apenas a Ásia, mas também a América do Norte; a *Hallyu 3.0* (2016–Presente), caracterizada pela diversificação de gêneros e pela internacionalização plena do fenômeno em escala global; e uma fase emergente, por vezes referida como *Hallyu 4.0*, orientada para aspectos de estilo de vida e ativismo cultural, impulsionada pelas mídias sociais e por dinâmicas multilocais (transnacionais) de produção e consumo cultural (Kim, 2015).

Segundo dados da Kofice (2020), o engajamento do governo sul-coreano foi essencial na institucionalização da cultura como pilar do desenvolvimento e como ferramenta diplomática. Em 2012, por exemplo, o MCST investiu aproximadamente 27,8 bilhões de won na expansão da rede de Centros Culturais Coreanos pelo mundo, evidenciando a prioridade conferida a essas instituições dentro da política cultural externa do país. Essa trajetória política fornece o contexto necessário para compreender os Centros Culturais Coreanos como instrumentos de *soft power* e diplomacia pública. De fato, a ascensão da Coreia no sistema internacional está fortemente ligada a uma política de Estado orientada à cultura. A *Hallyu* tornou-se um símbolo da diplomacia pública e cultural sul-coreana, contando com a participação ativa do governo e também do setor privado. É sobre esse alicerce político-cultural que se ergue a atuação dos CCCs – braços institucionais dessa estratégia –, cujo papel diplomático e contribuição ao *soft power* sul-coreano serão analisados a seguir.

ANÁLISE DOS CENTROS CULTURAIS COREANOS

Os Centros Culturais Coreanos (CCCs) são instituições governamentais vinculadas ao *Korean Culture and Information Service* (Kocis, 2025), órgão subordinado ao Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul (MCST), cuja missão vai além da simples promoção da cultura (Kang, 2015). Os CCCs constituem uma engrenagem central na política externa cultural sul-coreana, inserindo-se em uma estratégia diplomática articulada, com objetivos de fortalecimento da imagem internacional do país, construção de redes de cooperação simbólica e consolidação do *soft power* (Sridar, 2021).

Esses centros estão estrategicamente localizados em capitais globais – como Paris, Tóquio, São Paulo, Nova York e Buenos Aires – e operam como hubs de difusão cultural. Suas atividades incluem o ensino sistemático da língua coreana por meio do *King Sejong Institute*, a realização de festivais de cinema, concursos de dança e canto de *K-pop*, exposições de arte contemporânea, oficinas de gastronomia tradicional, bem como apoio à tradução de obras literárias. Além disso, os CCCs funcionam como espaços de diálogo intercultural, promovendo seminários, mesas-redondas e programas educacionais voltados a públicos diversos (Kocis, 202?).

Do ponto de vista funcional, os CCCs podem ser compreendidos como dispositivos de diplomacia pública de segunda geração, operando por meio de estratégias indiretas de influência cultural, que mobilizam recursos simbólicos – como a estética, a linguagem midiática e a afetividade – em lugar de mecanismos coercitivos ou econômicos tradicionais. Essa característica

os posiciona como instrumentos centrais no reposicionamento geopolítico da Coreia do Sul no século XXI, conforme argumenta Nye (2004) ao discutir o conceito de *soft power*.

A atuação dos Centros Culturais Coreanos (CCCs) se organiza em quatro eixos estratégicos principais. O primeiro é a promoção da cultura coreana, que abrange tanto manifestações tradicionais quanto expressões contemporâneas, projetando a Coreia como referência cultural global. O segundo eixo corresponde à diplomacia pública, por meio da qual os CCCs reforçam os objetivos da política externa sul-coreana, aproximando o país de públicos internacionais e fortalecendo sua reputação no cenário global. O terceiro eixo é o ensino da língua coreana, compreendido como ferramenta de aproximação identitária, de criação de vínculos e de difusão cultural, elemento essencial para a consolidação da *Hallyu*. Por fim, o quarto eixo consiste na articulação de comunidades transnacionais, reunindo fãs, estudantes e admiradores da cultura coreana em redes que ultrapassam fronteiras nacionais e contribuem para a expansão contínua do *soft power* sul-coreano (Guia da Cultura Coreana, 2022).

O caso do Centro Cultural Coreano no Brasil, localizado em São Paulo e inaugurado em 2013, oferece um exemplo relevante da atuação institucional desses espaços, funcionando como uma plataforma multifuncional de diplomacia pública cultural. A unidade brasileira promove regularmente aulas de língua coreana por meio do *King Sejong Institute*, utilizando material didático institucionalizado e recursos digitais interativos, o que favorece não apenas o ensino do idioma, mas também a divulgação dos valores culturais coreanos associados à linguagem (Pimentel; Shibaki, 2020; Korean Cultural Center, 2022). Além das atividades linguísticas, o centro organiza exposições de arte tradicional e contemporânea, oficinas gastronômicas de culinária típica (como o preparo de *kimchi* e *bulgogi*), concursos anuais de *K-pop* com participação de fãs brasileiros, festivais de cinema com curadoria temática, e seminários sobre a cultura coreana em parceria com centros acadêmicos. Essa variedade revela o caráter transversal das ações do CCC, voltadas para públicos diversos e com múltiplas linguagens artísticas (Guia da Cultura Coreana, 2022).

O centro ainda firma parcerias estratégicas com universidades, redes escolares e ONGs voltadas à diversidade cultural e inclusão educacional. Com isso, integra-se a projetos estruturantes de educação intercultural, contribuindo para a construção de pontes entre a sociedade brasileira e os valores da Coreia do Sul (Guia da Cultura Coreana, 2022). Portanto, a atuação do Centro Cultural Coreano em São Paulo (CCC-SP) pode ser compreendida a partir da articulação de três dimensões centrais: culturais, educacionais e diplomáticas. Essas três dimensões configuram o CCC-SP como um espaço de mediação simbólica e institucional, no qual se entrelaçam objetivos culturais, educacionais e políticos, ampliando o alcance do *soft power* sul-coreano.

As ações dos CCCs estão profundamente alinhadas às diretrizes da diplomacia pública sul-coreana, conforme define o Ministério das Relações Exteriores da Coreia (Mofa), funcionando como extensões institucionais das políticas culturais e de branding nacional promovidas pelo

Estado. A estratégia desses centros transcende a simples difusão da cultura coreana, articulando-se com objetivos estruturais de inserção geopolítica, *soft power* e presença internacional sustentada (Lee, 2015). Essa atuação se desdobra em diferentes frentes, incluindo a promoção da cultura tradicional (gastronomia, caligrafia, vestimentas) e da cultura contemporânea (*k-pop*, cinema, *webtoons*, *k-beauty*), por meio de eventos, workshops e exposições. Ao mesmo tempo, envolve a produção ativa de imagem e narrativa, com a construção de uma percepção positiva e moderna da Coreia do Sul, alinhada aos princípios da diplomacia de contribuição e da identidade como *middle power global* (potência média global).

Nesse sentido, os CCCs funcionam como verdadeiras "embaixadas culturais", com funções tanto representativas quanto operacionais, reforçando a presença simbólica do país em regiões-chave e fomentando vínculos duradouros com as comunidades locais por meio de engajamento afetivo, partilha estética e comunicação intercultural estruturada.

A Figura 1 a seguir resume as principais áreas de atuação dos Centros Culturais Coreanos:

Figura 1 - Áreas de Trabalho dos Centros Culturais Coreano



Fonte: Kocis 2017, p.4, tradução livre.

Essas instituições também refletem a evolução da *Hallyu* nas diferentes regiões do globo, funcionando como agentes catalisadores da internacionalização cultural coreana. Em países com maior penetração da cultura coreana, como Brasil, México, França e Estados Unidos, os CCCs desempenham papel fundamental na institucionalização de um público consumidor e apreciador da Coreia contemporânea, transformando fãs em multiplicadores culturais e consolidando comunidades de prática transnacionais.

Segundo dados do próprio Kocis (2021), os CCCs registraram, no triênio 2018–2020, aumento de mais de 60% no número de participantes em suas atividades regulares, abrangendo

eventos culturais, oficinas, cursos de língua coreana e intercâmbios acadêmico-artísticos. Essa ampliação revela não apenas o interesse do público, mas também a capacidade de adaptação dos centros às demandas locais e aos formatos digitais, como lives e plataformas de ensino a distância.

A atuação geocultural dos Centros Culturais Coreanos (CCCs) pode ser analisada a partir de quatro eixos regionais. Na América Latina, as iniciativas concentram-se no ensino da língua coreana e na difusão do *K-pop*, que mobilizam estudantes e comunidades de fãs em países como Brasil, Argentina e México. Já na América do Norte, os CCCs priorizam o audiovisual e a construção de parcerias universitárias, aproveitando a força da indústria cultural local e os vínculos acadêmicos para consolidar redes de cooperação. Na Europa, a ênfase recai sobre exposições culturais e cooperação acadêmica, favorecendo o diálogo intercultural e o fortalecimento da presença simbólica da Coreia em instituições artísticas e de ensino. Por fim, no eixo Ásia-Pacífico, a atuação se volta para a integração cultural e o intercâmbio institucional, promovendo a consolidação da *Hallyu* como um fenômeno regional e global ao mesmo tempo (Kocis, 2021; Mofa, 2020).

No caso brasileiro, os eventos de maior destaque incluem o Festival de Cultura Coreana, o Concurso Cover Dance Festival (versão brasileira), ciclos de cinema coreano e colaborações com a Embaixada da Coreia e o *King Sejong Institute*. Além disso, a pandemia de Covid-19 levou à intensificação das atividades em formato digital, com lives, oficinas virtuais e exposições online (Guia da Cultura Coreana, 2022).

Entre 2018 e 2022, o Centro Cultural Coreano em São Paulo (CCC-SP) promoveu uma ampla variedade de atividades que ilustram a diversidade de sua atuação. No campo do ensino da língua coreana, foram oferecidos cursos presenciais e online, acompanhados de material didático gratuito para os participantes. A área de audiovisual e cinema contou com mostras, exposições temáticas e debates, ampliando o acesso ao cinema sul-coreano e estimulando o diálogo cultural. Na esfera do K-pop e da dança, destacaram-se oficinas, concursos e intercâmbios, que mobilizaram fãs e jovens artistas brasileiros. A gastronomia também foi contemplada, com aulas de culinária, degustações e festivais que aproximaram o público dos sabores coreanos. No campo das artes visuais, ocorreram exposições de pintura, caligrafia e arte contemporânea, evidenciando a riqueza estética do país. Por fim, a área de literatura e educação foi fortalecida por meio da tradução de obras, da realização de seminários e do estabelecimento de parcerias com universidades brasileiras, consolidando a dimensão acadêmica da diplomacia cultural sul-coreana (Guia da Cultura Coreana, 2022; Kocis, 2022).

Em suma, os Centros Culturais Coreanos (CCCs) representam um dos pilares mais tangíveis e multifuncionais da diplomacia cultural sul-coreana. Sua atuação revela a articulação entre Estado, cultura e relações internacionais, transformando o capital simbólico da *Hallyu* em presença institucional contínua e estratégia geopolítica de *soft power*. Os CCCs operam simultaneamente como ferramentas de visibilidade, espaços de mediação cultural e instrumentos de inserção estratégica da imagem nacional, alinhando-se à diplomacia pública proativa sul-coreana.

As múltiplas funções dos CCCs convergem em um ciclo integrado de atuação cultural e diplomática. O ponto de partida é a promoção cultural, que difunde internacionalmente expressões artísticas, musicais, gastronômicas e audiovisuais da Coreia do Sul, projetando sua diversidade e inovação. Esse processo conecta-se diretamente à diplomacia pública, pois o fortalecimento da imagem cultural do país amplia sua legitimidade no cenário internacional e gera maior receptividade às iniciativas políticas e diplomáticas sul-coreanas. Em seguida, destaca-se a internacionalização da língua coreana, entendida como um eixo estruturante para consolidar vínculos identitários de longo prazo com os públicos estrangeiros. A soma desses esforços resulta na consolidação de uma imagem-país positiva, que posiciona a Coreia do Sul como um ator global de relevância cultural e simbólica. Essa imagem fortalecida retroalimenta o ciclo, ampliando ainda mais a eficácia da promoção cultural e tornando o processo contínuo e dinâmico (Kocis, 2021; Mofa, 2020; Lee, 2011).

A análise desses centros – a exemplo do de São Paulo – permite compreender o alcance concreto e multiescalar do *soft power* coreano e seu impacto nas sociedades estrangeiras. Isso ocorre por meio de uma lógica de capilarização simbólica: ao oferecer espaços acessíveis de aprendizado linguístico, experiências culturais e aproximação afetiva com o estilo de vida coreano, os CCCs convertem o consumo cultural em engajamento político-cultural duradouro. Além disso, estudos brasileiros como o de Mazur (2018) indicam que o sucesso da *Hallyu* não pode ser creditado exclusivamente à ação governamental. A autora ressalta a importância de fatores como a nostalgia midiática, os formatos inovadores das produções e a apropriação ativa dos públicos internacionais. Assim, os CCCs devem ser compreendidos mais como agentes de mediação em um ecossistema cultural complexo do que como motores únicos de difusão da cultura.

DISCUSSÃO E RESULTADOS

A análise dos Centros Culturais Coreanos (CCCs), com ênfase na unidade de São Paulo, demonstra que tais instituições operam como plataformas multifuncionais de diplomacia pública cultural, contribuindo significativamente para a projeção internacional da Coreia do Sul. As ações realizadas pelo CCC de São Paulo evidenciam o esforço coordenado entre governo e sociedade civil na consolidação de um *soft power* ativo e afetivo, baseado no engajamento simbólico com públicos estrangeiros. Os dados do *Korean Culture and Information Service* (KOCIS) e os registros do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo (MCST) mostram que o número de atividades promovidas pelo centro no Brasil duplicou entre 2015 e 2020, abrangendo desde exposições cinematográficas e mostras gastronômicas até cursos de idioma e oficinas de caligrafia coreana.

Esse aumento de oferta cultural não apenas amplia o repertório disponível ao público local, como também gera capital simbólico à Coreia do Sul no cenário internacional. O sucesso da estratégia reside, portanto, na criação de um espaço de intercâmbio que vai além da exibição cultural e possibilita trocas identitárias profundas. A presença física e programática dos CCCs favorece a incorporação de elementos da cultura coreana no cotidiano de comunidades estrangeiras, promovendo um sentimento de familiaridade e simpatia — aspectos fundamentais

para a eficácia *do soft power*, conforme proposto por Nye (2004). Dessa maneira, os CCCs atuam não apenas como vitrines culturais, mas como arenas de diálogo e construção conjunta de significados, contribuindo para uma diplomacia mais sensível, participativa e multilateral.

Conforme exposto na seção anterior, a atuação dos CCCs não se limita à difusão cultural passiva, mas abrange ações de engajamento estratégico, como o ensino da língua coreana, a organização de eventos culturais e a cooperação interinstitucional com universidades, escolas e centros de pesquisa. Essas iniciativas indicam uma abordagem sistêmica da diplomacia cultural, na qual a cultura não é apenas objeto de exportação, mas também ponto de encontro e negociação intercultural. O ensino da língua coreana, por exemplo, funciona como ponte simbólica que permite a apropriação de códigos culturais pelo público estrangeiro, ao mesmo tempo que consolida a presença simbólica da Coreia do Sul como referência em educação e inovação cultural (Martin, 2019; Lee, 2015; Cho, 2012).

Outro aspecto relevante é a articulação desses centros com redes culturais locais, o que reforça sua capacidade adaptativa e seu potencial de legitimação. Parcerias com universidades e instituições culturais brasileiras demonstram que os CCCs atuam como mediadores institucionais, promovendo a criação de espaços de intercâmbio horizontal, pautados pela reciprocidade (Guia da Cultura Coreana, 2022). Tais estratégias, alinhadas aos princípios do *soft power* formulado por Nye (2004), favorecem o fortalecimento de laços afetivos e o reconhecimento do país como um ator culturalmente relevante, moldando percepções de forma indireta, mas profunda.

O caso do CCC em São Paulo reforça esse argumento. Desde sua inauguração em 2013, o centro tem diversificado suas atividades e intensificado parcerias locais, estabelecendo conexões significativas com instituições acadêmicas, centros culturais e órgãos de imprensa. Essa ampliação de escopo tem resultado em eventos de grande repercussão como festivais de cinema coreano, semanas gastronômicas, feiras de literatura e concursos de k-pop, que não apenas ampliam o contato do público com a cultura coreana, mas também reforçam sua legitimidade como agente cultural ativo e engajado com a sociedade brasileira. Além disso, o centro tem colaborado com redes de educação básica e ensino superior para fomentar o ensino da língua coreana, contribuindo para a formação de laços educacionais e diplomáticos duradouros.

Tais iniciativas refletem uma inserção estratégica do CCC em um ecossistema cultural global, onde o consumo de produtos culturais se articula com processos de socialização, formação de identidade e reconhecimento mútuo. O uso da cultura como meio de aproximação transcende o entretenimento e se consolida como uma política de Estado que privilegia o diálogo intercultural e o respeito às diferenças. A construção de vínculos simbólicos duradouros entre o Brasil e a Coreia do Sul passa, portanto, por esses espaços de mediação cultural, nos quais a diplomacia se materializa na experiência estética, afetiva e participativa promovida pelos CCCs. Nesse contexto, o centro de São Paulo se destaca como referência no continente latino-americano, funcionando como modelo de atuação para novas unidades em potencial.

A discussão também evidencia que os CCCs operam como vetores de transformação da imagem-país, fortalecendo a reputação da Coreia do Sul como nação moderna, inovadora e cosmopolita. Esse reposicionamento simbólico resulta, em parte, da estratégia governamental de alinhar política cultural externa com diplomacia pública e branding nacional, como proposto por Cho (2012) e Kim e Ni (2011). Por outro lado, os resultados sugerem que a eficácia dos CCCs depende fundamentalmente de sua capacidade de adaptação às especificidades culturais, institucionais e sociais de cada país onde se instalam. Essa adaptabilidade envolve não apenas a tradução de conteúdos culturais, mas a construção de uma escuta ativa que permite identificar demandas, valores e formas de expressão locais. No caso brasileiro, por exemplo, a familiaridade histórica com expressões culturais híbridas e a valorização de intercâmbios simbólicos permitem uma sinergia singular com os objetivos da diplomacia cultural sul-coreana. Essa sinergia se expressa na capacidade do CCC de São Paulo em criar espaços de acolhimento e de valorização da diversidade cultural, mobilizando atores da sociedade civil, artistas e estudantes para a coprodução de sentidos e experiências interculturais (Guia da Cultura Coreana, 2022).

A atuação exitosa no Brasil revela, assim, uma abordagem profundamente contextualizada, que alia tradição e inovação, integrando diferentes linguagens culturais e respondendo às expectativas de públicos diversos, com atenção especial à juventude urbana e às comunidades acadêmicas. Essa flexibilidade estratégica permite que os CCCs operem como instituições não apenas transmissoras, mas também cocriadoras de cultura, reconfigurando sua função diplomática como plataforma de articulação de afetos, saberes e práticas. A leitura sensível das dinâmicas locais, aliada ao apoio institucional do governo coreano, mostra que a sustentabilidade dos CCCs como instrumentos de *soft power* depende diretamente de sua inserção empática e colaborativa no tecido cultural de cada sociedade anfitriã.

Em termos qualitativos, os impactos dos CCCs podem ser sistematizados em três dimensões principais, que revelam sua complexidade e abrangência estratégica. A primeira é a dimensão simbólica, expressa na promoção da cultura coreana como linguagem de aproximação entre povos, contribuindo para a reconfiguração de imaginários e estereótipos sobre a Ásia no Ocidente. O contato com a cultura coreana através da música, do cinema, da gastronomia ou da língua oferece ao público estrangeiro não apenas consumo cultural, mas experiências identitárias que aproximam e despertam empatia. Essa dimensão simbólica está no cerne da eficácia do *soft power*, pois opera por meio da atração, da curiosidade e do reconhecimento mútuo.

A segunda dimensão é a funcional, relativa ao conjunto de serviços oferecidos pelos CCCs — cursos, oficinas, exposições, parcerias educacionais — que promovem uma interação concreta e contínua entre o centro e seu público. Esses serviços contribuem para a formação de capacidades interculturais e favorecem o surgimento de redes de colaboração entre instituições e indivíduos. A terceira dimensão é a diplomática, visível na função dos CCCs como atores intermediários da política externa coreana. Ao atuarem como antenas culturais e como espaços de diálogo, os centros contribuem para a construção de uma rede global de aliados, simpatizantes e

multiplicadores da imagem positiva da Coreia do Sul. Essas três dimensões, interligadas, indicam que os CCCs constituem uma diplomacia cultural de nova geração: participativa, afetiva e articulada com as dinâmicas simbólicas do século XXI.

Em síntese, os dados levantados confirmam a hipótese inicial de que os Centros Culturais Coreanos atuam como instrumentos eficazes de expansão do *soft power* sul-coreano. Sua presença global, estrutura organizacional, variedade de atividades e capacidade de mobilização simbólica tornam-nos pilares estratégicos da política externa da Coreia do Sul no século XXI, sobretudo em contextos de crescente competição simbólica entre Estados nacionais.

Embora o êxito internacional da *Hallyu* seja inegável, é necessário adotar uma perspectiva crítica em relação à política de *soft power* implementada pela Coreia do Sul. Por trás da promoção global da cultura pop coreana encontram-se objetivos estratégicos claros, que vão desde a projeção de uma imagem nacional positiva e moderna até o estímulo a setores econômicos ligados às indústrias criativas, passando pelo fortalecimento da capacidade de influência diplomática do país. Assim, a difusão cultural não pode ser entendida apenas como um movimento espontâneo, mas como parte de um projeto articulado de inserção internacional.

Ainda assim, reduzir a *Hallyu* a uma mera ferramenta de política estatal seria simplista. O sucesso global da cultura coreana resulta de uma combinação de fatores. Por um lado, houve apoio deliberado do governo, que desde a década de 1990 enxergou no entretenimento uma indústria estratégica; por outro, a expansão da *Hallyu* também decorreu da qualidade intrínseca dos produtos culturais (séries, música, cinema) e do papel ativo desempenhado pelos fãs e comunidades digitais. Mazur (2018) destaca que a Onda Coreana deve ser interpretada como uma forma de “globalização alternativa”, que desafia fluxos culturais tradicionalmente centrados no Ocidente e que envolve dimensões socioculturais e emocionais que escapam ao controle governamental. Esse olhar ressalta que a vitalidade da *Hallyu* decorre tanto da ação estatal quanto da apropriação criativa por parte do público global.

Para compreender o compromisso estratégico do Estado, basta observar os investimentos governamentais destinados à internacionalização cultural. Em 2012, por exemplo, o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo (MCST) (2012) investiu aproximadamente 27,8 bilhões de *wons* no fortalecimento da rede de Centros Culturais Coreanos ao redor do mundo, evidenciando o peso atribuído a essas instituições dentro da política cultural externa. Esses recursos não apenas garantiram a manutenção dos CCCs, mas também permitiram a ampliação de suas atividades educacionais e culturais, reforçando sua função de instrumentos diplomáticos.

O papel dos Centros Culturais Coreanos (CCCs) deve, portanto, ser visto de forma complexa. Longe de serem apenas vitrines de exibição da cultura nacional, os CCCs funcionam como espaços de intercâmbio cultural, nos quais o público local também atua como coprodutor de sentido. Oficinas de gastronomia, aulas de língua coreana e concursos de *K-pop*, por exemplo, só adquirem relevância porque encontram adesão e participação ativa de comunidades estrangeiras. Nesse

sentido, a eficácia dos CCCs depende de sua capacidade de equilibrar promoção cultural com diálogo e respeito pelas culturas hospedeiras, evitando que a diplomacia cultural se transforme em mera propaganda unilateral.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo demonstrou que os Centros Culturais Coreanos (CCCs) têm desempenhado papel relevante na consolidação do *soft power* sul-coreano, funcionando como instrumentos de difusão da *Hallyu* e de fortalecimento da imagem internacional da Coreia do Sul (Nye, 2004; Mofa, 2020). Confirmou-se, assim, a hipótese inicial de que tais instituições, ao articular dimensões culturais, educacionais e diplomáticas, contribuem de forma estratégica para a política externa do país.

Os resultados indicam que a expansão da *Hallyu* e a institucionalização dos CCCs não apenas projetaram uma imagem nacional positiva, mas também estimularam setores econômicos ligados às indústrias criativas, reforçando a interconexão entre cultura e diplomacia pública (Lee, 2011; Kocis, 2021). O alto investimento governamental destinado ao fortalecimento da rede cultural (MCST, 2012), evidencia o compromisso do Estado com essa estratégia de inserção internacional.

Entretanto, reduzir o fenômeno da *Hallyu* a um mero projeto estatal seria uma simplificação. Como argumenta Mazur (2018), trata-se de uma forma de globalização alternativa, em que fatores socioculturais, emocionais e o engajamento de comunidades transnacionais de fãs desempenham papel tão relevante quanto as políticas públicas. Portanto, o governo potencializou uma tendência já em ascensão, mas não a controlou totalmente. Essa onda é fruto tanto de planejamento estratégico quanto de engajamento cultural e emocional que escapam ao Estado.

Os principais objetivos que explicam a necessidade de um *soft power* ativo por parte da Coreia do Sul estão diretamente relacionados ao seu projeto de inserção internacional. Em primeiro lugar, destaca-se a busca pela projeção de uma imagem nacional positiva, que procura dissociar o país do passado marcado pela guerra e vinculá-lo a valores de inovação, modernidade e criatividade (Nye, 2004; Mofa, 2020). Em segundo lugar, observa-se o estímulo às indústrias culturais e criativas, consolidando-as como motor econômico estratégico, responsável por gerar exportações, empregos e visibilidade internacional (MCST, 2012; Kofice, 2020). Outro objetivo fundamental é o aumento da influência diplomática, em que a cultura é utilizada como instrumento de legitimação política e aproximação com parceiros estratégicos, ampliando a capacidade de negociação e presença global do Estado (Lee, 2011). Por fim, destaca-se a construção de comunidades transnacionais de afinidade, formadas por fãs, estudantes e consumidores que desenvolvem vínculos afetivos com a Coreia e sustentam, no longo prazo, redes de engajamento cultural que transcendem fronteiras (Mazur, 2018).

Os CCCs, nesse sentido, devem ser compreendidos não apenas como vitrines da cultura coreana, mas como espaços de intercâmbio e coprodução simbólica, em que o público local

também contribui ativamente para a construção de significados (Kofice, 2020; Mazur, 2018). Esse aspecto de reciprocidade pode ser decisivo para a sustentabilidade do *soft power* sul-coreano. A lógica de reciprocidade e escuta ativa adotada pela diplomacia coreana torna-se, assim, um diferencial em relação a modelos mais tradicionais e unidirecionais de política cultural externa, posicionando os CCCs como elementos-chave de uma estratégia global que alia prestígio cultural à diplomacia de Estado. No caso da análise do CCC no Brasil, reforça essa perspectiva ao demonstrar a capacidade do centro de adequar-se às especificidades socioculturais brasileiras, promovendo uma interação fluida entre os valores da cultura coreana e as demandas do público local.

A partir da verificação empírica do funcionamento dos CCCs e das ações que integram a *Hallyu*, é possível constatar que esses centros não apenas respondem às demandas externas, mas também ampliam os horizontes da política externa sul-coreana ao estimular a criação de redes colaborativas e afetivas. As ações empreendidas, que vão desde o ensino da língua coreana até as oficinas de K-pop, passando pela culinária, o cinema, as exposições e as parcerias acadêmicas, são capazes de gerar experiências significativas de intercâmbio, redefinindo o papel da cultura como mecanismo de diálogo e de construção de alianças duradouras.

Em síntese, a análise confirma que os CCCs são instrumentos eficazes de diplomacia cultural e de fortalecimento do *soft power* sul-coreano, mas também revela os limites e desafios dessa estratégia. O futuro da *Hallyu* dependerá da capacidade do governo de manter investimentos e, ao mesmo tempo, de promover uma diplomacia cultural mais dialógica e sustentável, evitando que a sua atuação seja percebida como propaganda unilateral. Esse equilíbrio será fundamental para assegurar a relevância da política cultural externa da Coreia do Sul a longo prazo.

REFERÊNCIAS

- Carvalho, V. F. (2019). *Hallyu Wave: reflexos da diplomacia cultural sul-coreana na relação bilateral com a China*. Monografia – curso de Relações Internacionais, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa.
- Chauí, M. (1982). *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 3 ed. São Paulo: Moderna.
- Cho, Y. Y. (2012). 'Public Diplomacy and South Korea's Strategies'. *The Korean Journal of International Studies*, 10(2). pp. 275-296.
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington, DC: Center for Arts and Culture.
- Gilboa, E. (2001). 'Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects'. *Diplomacy & Statecraft*, v.12 p. 1-28.

Gilboa, E. (2008). 'Searching for a Theory of Public Diplomacy'. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), p. 55–77.

Guia da Cultura Coreana. (2022). *Centro Cultural Coreano no Brasil*. Disponível em: <https://brazil.korean-culture.org/pt/436/board/180/read/116849>. [Acesso em: 19 set. 2022].

Jang, G.; Paik, W. K. (2012) 'Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural'. *Diplomacy. Advances in Applied Sociology*, 2(3). pp. 196-202.

Kang, H. S. (2015). 'Contemporary Cultural Diplomacy in South Korea: Explicit and Implicit Approaches'. *International Journal of Cultural Policy*, v.21, p. 433–447.

Kim, Bok-rae. (2015). 'Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave)'. *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5). pp. 154–160.

Kim, S. S. (2000). *Korea's Globalization*. United States of America: Cambridge University.

Kim, Y. (2013). 'Introduction: Korean Media in a Digital Cosmopolitan World'. In: KIM, Youna (ed.). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. London: Routledge. pp. 1–28.

Kim, Y.; Ni, L. (2011). 'Media, Soft Power and International Relations'. *Journal of International Communication*, 17(1), p. 25–43.

Kim, Y. (2021). *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*. London: Routledge.

Kocis – Korean Culture and Information Service. (2025) Korean Cultural Centers Abroad. Disponível em: <https://www.kocis.go.kr/>. [Acesso em: 5 abr. 2025].

Kocis. *Korean Culture and Information Service Brochure*. (2017). Republic of Korea. Disponível em: https://www.kocis.go.kr/eng/openPublications/view.do?seq=9416&langCode=lang002&menuCode=menu0174&menuType=Kocis_Board_Eng_Pub&idx=10459&cateCodeList=cate0032&pageQuery=page%3D5%26pageSize%3D10%26photoPageSize%3D6%26totalCount%3D0%26searchType%3D%26searchText%3D&searchType=&searchText=&rn=57&cateCode=. [Acesso em: 12 out. 2022].

Kocis. *History and Overseas Cultural Centers*. (202?) [S.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www.kocis.go.kr/eng/openhistory.do#>. [Acesso em: 16 Ago. 2022].

Kofice – Korea Foundation for International Culture Exchange. (2020). *Korean Wave White Paper*. Seoul: Kofice.

Korea Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave: a new Pop Culture Phenomenon*. Seoul: Korean Culture and Information Service.

Korean Cultural Center (2022). *KCC at a Glance Sao Paulo*. Disponível em: <https://www.kocis.go.kr/eng/openIntroduction/view.do?seq=1042455&rn=&page=1&pageSize=10&photoPageSize=6&totalCount=0&searchType=null&searchText=>. [Acesso em: 14 out. 2022].

Lee, G. (2009). 'A Soft Power Approach to the "Korean Wave"'. *The Review of Korean Studies*, v. 12, p. 123–137.

Lee, Sook-Jong. (2011). 'South Korean Soft Power and how South Korea views the Soft Power of Others'. In: MELISSEN, Jan. *Public diplomacy and soft power in East Asia*. Springer.

Martin, S. E. 'Korean language'. (2019). *Encyclopedia Britannica*. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/Korean-language>. [Acesso em: 18 out. 2022].

Masiero, G. (2000). *A Economia Coreana: Características Estruturais*. Seminário sobre Brasil e Coreia do Sul organizado pelo IPRI do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, Rio de Janeiro.

Mazur, D. de S. (2018). *Hallyu como globalização alternativa: consumo cultural, nostalgia e diplomacia cultural sul-coreana*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói.

MCST – Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2021). *2021 Policy White Paper*. Seul: MCST.

Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST). (2012) *Policy White Paper*. Seoul: MCST.

Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

Nye, J. S. (2009). 'Get Smart: Combining Hard and Soft Power'. *Foreign Affairs*.

Melissen, J. (2005). *The new public diplomacy: soft power in international relations*. New York: Palgrave Macmillan.

Park, K. A. (2008). *The Growth of Cultural Industry and the Role of Government: the Case of Korea*. Yonsei University. Seoul, Korea.

Pimentel, G.; Shibaki, V. V. (2020). 'A Expansão da Cultura K-pop no Mercado de Eventos de São Paulo'. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Virtual, São Paulo.

Prodanov, C. C.; Freitas, E. C. de. (2013). *Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.

República da Coreia. Ministry of Foreign Affairs (Mofa). (2020). *Public Diplomacy Strategy 2020*. Seoul: Mofa, 2020. Disponível em: <https://www.mofa.go.kr>. [Acesso em: 26 ago. 2022].



República da Coreia. Ministry of Foreign Affairs (Mofa). (2017). *Public Diplomacy Overview*. Seul: Government of the Republic of Korea.

República da Coreia. Ministry of Foreign Affairs (Mofa). (s.d.). *Public Diplomacy of Korea*. Seoul: Republic of Korea. Disponível em: https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do. [Acesso em: 26 ago. 2022].

República da Coreia. Ministry of Foreign Affairs (Mofa). (2007). *Principal Goals and Directions of Korean Cultural Diplomacy and Related Policies*. Seoul: Republic of Korea. Disponível em: https://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_22723/view.do?seq=298757. [Acesso em: 4 ago. 2022].

Ribeiro, G. L. (2011). 'A Diplomacia Cultural e os Desafios da Internacionalização'. *Estudos Avançados*, 25(72), p. 87–96.

Santos, M. (1996). *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo: Hucitec.

Shim, D. (2006). 'Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia'. *Media, Culture & Society*, v. 28, p. 25-44.

Sridar, A. (2021). 'How Cultural Centers Help Create Soft Power Superpowers'. *Indica Academy*. Disponível em: <https://www.indicasoftpower.com/how-cultural-centers-help-create-soft-power-superpowers/>. [Acesso em: 21 set. 2022].

Sohn, Y. (2015). 'Middle Power Theory Revisited: Soft Power and Peacebuilding in East Asia'. *The Korean Journal of International Studies*, 13(1). pp. 1–32.

Sung, S. (2010). 'The High Tide of the Korean Wave III: Why Do Asian Fans Prefer Korean Pop Culture?'. *The Korea Herald*. Disponível em: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20080204000035>. [Acesso em: 4 ago. 2022].

The World Bank. (2022). *The World Bank in Republic Korea: Overview*. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/country/korea/overview>. [Acesso em: 30 set. 2022].

Unesco. (2002). *Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paris: UNESCO.

Vaz, H. de L. (1966). *Cultura e Universidade*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Velarde, J. (2015). 'Hallyu como Estratégia de Política Externa: A Diplomacia Cultural da Coreia do Sul e o Soft Power'. *Revista de Estudos Coreanos*, v. 6. pp. 13–34.

Yecies, B.; Shim, Ae-Gyung. (2011). 'Contemporary Korean Cinema: Challenges and the Transformation of 'Planet Hallyuwood''. *Acta Koreana*, 14(1). pp. 1–1.

Yoon, K. (2018). 'Global Imagination of K-pop: Pop Music Fans' Lived Experiences of Cultural Hybridity. *Popular Music & Society*, 41(4). pp. 373–389.