



**A INFLUÊNCIA DO SOFT POWER NO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO
DE EMPRESAS SUL COREANAS**

Ana Carla Teixeira de Carvalho Ladeia
Graduada em Direito
Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS
Mestranda em Administração
Universidade Salvador - UNIFACS
anactl@hotmail.com

Carlos Alberto de Carvalho Ladeia
Graduado em Administração
Associação Internacional de Educação Continuada - AIEC
Graduando em Direito
Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS
carlosalbertoladeia@gmail.com

Cintia Margarida de Oliveira Albergaria Barreto
Graduada em Engenharia Civil
Universidade Federal da Bahia - UFBA
Mestranda em Administração
Universidade Salvador - UNIFACS
cintia@ganengenharia.com.br

Resumo

A presente pesquisa bibliográfica tem como objetivo geral fornecer indicadores sobre a importância do *soft power* no processo de internacionalização de empresas, pontuando a sustentabilidade social como um meio para produzir parcerias e integração. A Coreia do Sul, país com cerca de 52 milhões de habitantes; Índice de Desenvolvimento Humano – IDH, 0,925 e Produto Interno Bruto – PIB, US\$ 1,9 trilhões; tem empresas do ramo tecnológico como maior ativo, a exemplo da Samsung, Huawei, Hyundai e LG. No presente artigo, pretende-se investigar o poder da articulação cultural à exportação de produtos e serviços, bem como o fortalecimento da identidade nacional. Verifica-se que a tentativa de fortalecer a presença sul coreana no mundo teve início em 1990 após o *Hallyu*, processo conhecido como “a onda coreana”, a qual vem sendo difundida desde os anos 2000. Buscou-se trazer um panorama com o Brasil, apontando oportunidades e pontos limitantes. O procedimento adotado foi a análise bibliométrica por meio da plataforma *Google Acadêmico*. Após os procedimentos de filtragem das publicações, resultou em 20 artigos. Os resultados demonstraram que o interesse pelo tema tem encontrado um crescimento contínuo e relevante pelos pesquisadores internacionais. Como resultados, obteve-se que o *soft power* desempenha influência no desenvolvimento de empresas; o *Hallyu*, maior exemplo coreano, foi capaz de gerar assimilação e aculturação remota. De toda forma, o país tem um grande potencial tecnológico e a qualidade de seus produtos foram importantes na consolidação de suas marcas, principalmente no Brasil.

Palavras-chave: *Hallyu*. *Soft Power*. Coreia do Sul. Internacionalização.

Abstract

It research aims providing indicators on the importance of soft power in the process of internationalization of companies, punctuating social sustainability as a way to produce partnerships and integration. South Korea, countries with about 52 million inhabitants; Human Development Index – HDI, 0.925 and Gross Domestic Product – GDP, US\$ 1.9 trillion; has companies in the technology sector as the biggest asset, like Samsung, Huawei, Hyundai and LG. The aim is to demonstrate the power of cultural articulation for the export of products and services, as well as the strengthening of national identity. It appears that the attempt to strengthen the South Korean presence in the world began in 1990 after *Hallyu*, a process known as “the Korean wave”, has been widespread since the 2000s. It seeks to bring a panorama with Brazil, pointing out opportunities and limiting points. The procedure adopted was the bibliometric analysis through the Google Scholar platform. After filtering the publications, it resulted in 20 articles. The results showed that the interest in the subject has found a continuous and relevant growth by international researchers. As a result, it was found that soft power influences the development of companies; *Hallyu*, the greatest korean example, was able to generate remote assimilation and acculturation. Anyway, the country has a great technological potential and the quality of its products were important in the consolidation of its brands, mainly in Brazil.

Keywords: *Hallyu*. *Soft Power*. South Korea. Internationalization.

1. INTRODUÇÃO

Soft power é uma expressão da língua inglesa, que se for traduzida de forma literal para o português significa “Poder Suave”. Foi utilizada pela primeira vez por Joseph Nye (2002) para descrever a influência por meios culturais ou ideológicos, principalmente entre nações em suas relações internacionais.

A Coreia do Sul, assim como qualquer outro país, enfrenta desafios: alimentar a sua população; prover emprego; elevar os indicadores de desenvolvimento e manter a sustentabilidade econômico-financeira. Mas em um mercado globalizado, crescente e instável esses desafios tornam-se cada vez mais sensíveis. Dessa forma, há a necessidade de o país posicionar e expandir sua influência internacional.

Nesse processo de fortalecimento de sua matriz cultural, voltado ao público internacional, a Coreia do Sul já foi capaz de se posicionar como um grande exportador de produtos, serviços, onde o *Hallyu* se propaga em diferentes mídias, como é o caso do K-pop, gênero musical que é preferência entre as novas gerações. Com características únicas, o estilo conquista adeptos e possui grande influência em países como China, Japão, Vietnã, chegando com efeito moderado em países ocidentais, como os Estados Unidos e Brasil.

Dessa forma, a presente pesquisa busca fornecer indicadores para melhor entender o processo de internacionalização sul coreana e o possível impacto gerado no seu desempenho comercial (objetivo geral), apontando as principais empresas beneficiadas, os eixos centrais dessa política, a importância da disseminação da internet, além de ressaltar pontos positivos e limitantes e oportunidades, principalmente para o Brasil, desse estudo (objetivos específicos), haja vista ser de grande monta compreender como se deu a ascensão tão rápida de um país marcado por grandes guerras e autoritarismo, no intuito de internalizar os aspectos benéficos e úteis, na busca de melhorar o processo de desenvolvimento brasileiro (justificativa).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Entende Carrazzoni (2021) que as técnicas de *soft power* podem auxiliar países em seu processo de internacionalização. Com esse intuito, a Coreia do Sul desenvolveu, baseado em sua matriz cultural, o planejamento de ações de cunho artístico em prol da valorização de suas empresas, a ponto de conseguir aumentar sua participação e influência social no mundo com o *Hallyu* (BILLIG, SILVA; 2022). Ao longo desse capítulo, explica-se melhor o processo a partir do contexto de redemocratização coreana em 1953 e dos conceitos de *Hallyu* e *soft power*.

2.1. CONTEXTO HISTÓRICO: O PROCESSO DE REDEMOCRATIZAÇÃO DA COREIA DO SUL APÓS 1953 (PÓS-GUERRA)

A Coreia é uma península dividida politicamente em duas partes, norte e sul. Vários artefatos de proveniência paleolítica desenterrados indicam que a humanidade habita essa área há 700.000 anos (KOREAN, 2021). Conforme Sun et al (2023) o seu povo pertence ao ramo tungúsico da raça mongoloide. A região, por conta da

proximidade, recebeu forte influência da cultura chinesa, sendo possível encontrar até os dias atuais referências edificadas ou nos hábitos da população.

Durante o longo período que trouxe a consolidação do país como uma das maiores potências do mundo moderno, o país enfrentou diversos períodos de conflitos e regimes autoritários. Em 1910, a região foi oficialmente anexada ao território japonês e um número acentuado de colônias japonesas surgiram nas terras coreanas, principalmente nas áreas produtivas. Durante o período houve casos de exploração trabalhista e sexual, e o povo já estava insatisfeito (RODRIGUES; 2020).

Segundo Rodrigues (2020), no contexto da Segunda Guerra Mundial, houve casos de soldados coreanos lutando contra os japoneses, mas, somente, em 1945, com a rendição das forças japonesas na Coreia, o Norte ficou sob ocupação soviética e o Sul sob ocupação norte americana, contexto que desencadeou a Segunda Guerra da Coreia (1950 – 1953), quando o Norte invadiu o Sul em uma tentativa de retomada do poder, fator que contribuiu para as altas tensões que ainda continuam a dividir a península. Inclusive, até os dias atuais, a Coreia do Norte se consolida como uma ditadura com fortes características autoritárias.

Há de se fazer claro que, atualmente, não há um tratado de paz firmado entre as Coreias do Norte e do Sul, mas apenas um armistício, um acordo de cessar fogo. A ONU (Organização das Nações Unidas) reconhece ambas as partes como federações distintas possuindo, assim, autonomia para participar de acordos comerciais internacionais de forma independente.

A Coreia do Sul, particularmente, adotou, desde 1945, o regime capitalista e democrático, tendo recebido forte influência norte americana. De acordo com Yoon Souza (2001), até 1961 o país não possuía condições de se autossustentar. A partir de então, o país vivenciou três subperíodos de desenvolvimento: 1) implantação da indústria leve (1962/1971); 2) implantação da indústria pesada e química (1972/1980); 3) implantação da indústria de alta tecnologia e estabilização econômica (1982 em diante).

Alguns autores como Ruppert e Bertella (2018) afirmam que o grande acerto da Coreia do Sul foi organizar os seus ativos em uma indústria de produção com o foco para a exportação. Dessa forma, o país conseguiu elevar seus indicadores econômicos e sociais. Isso porquê, quando os indicadores sociais de uma localidade sobem, os resultados obtidos pelas empresas também tendem a ser positivos.

Há uma ampla bibliografia que discute os motivos do elevado crescimento e a profunda transformação estrutural que marcaram a Coreia do Sul entre os anos 1960 e 1980. No debate acerca da Coreia há três correntes que se destacam, quais sejam: a) a corrente de cunho neoclássica a qual defende a hipótese de que o sucesso da economia coreana tem origem em uma economia orientada pelos princípios do mercado, seguindo um modelo de desenvolvimento orientado para fora, o chamado export-led, sendo que o Estado tem uma presença ínfima apenas no sentido de criar um arcabouço institucional que promovesse o bom funcionamento do mercado. Entre os principais autores defensores desse pensamento estão **Balassa (1982)**, **Westphal e Kim (1982)** e o **Banco Mundial (1987)** (1993); b) há uma segunda linha de pensamento heterodoxa endogenista que coloca o Estado como elemento central e o principal ator desse processo. Entre os principais autores dessa linha estão **Alice Amsden (1989)** e **Chang (1994)**; c) a terceira linha de interpretação afirma que o cenário externo se mostrou sempre favorável ao país, criando assim as condições necessárias para que a Coreia alcançasse o chamado

“sucesso”. Entre os autores selecionados neste artigo que seguem essa conduta de interpretação estão **Medeiros (1997)** e **Cho (2001)** (LIMA; 2017)

No cenário mundial, após a guerra, a Coreia do Sul passou a desenvolver conteúdos que tem como principal intuito gerar assimilação com os indivíduos ao redor do globo, sendo esse um plano bem conduzido de gestão da *Hallyu*, a qual tem integrado forças e explorado as oportunidades. Com isso, além de fortalecer empresas com *merchandising*, o país também cria oportunidades futuras de parcerias e integração com as diferentes comunidades que possuem acesso aos seus materiais.

A redemocratização efetiva da Coreia do Sul ocorreu em 1987, data que foi marco importante para a ascensão do país como uma potência econômica e global. Até então, o país havia passado por décadas de ditadura e instabilidade política, o que prejudicou sua economia e seu desenvolvimento.

Com a redemocratização, houve uma abertura política e uma maior estabilidade no país, o que atraiu investimentos estrangeiros e incentivou o desenvolvimento de empresas locais. Além disso, o governo sul-coreano implementou políticas econômicas voltadas para a exportação e atração de investimentos, impulsionando ainda mais o crescimento do país.

Outro fator importante foi a forte cultura empreendedora dos sul-coreanos, que se tornaram conhecidos por sua capacidade de inovação e adaptação às tendências globais. A educação também foi amplamente valorizada na Coreia do Sul, com um forte sistema educacional e uma cultura de aprendizado contínuo.

Ao longo do próximo capítulo explica-se melhor a *Hallyu* e como o processo foi importante para propagação dos produtos coreanos pelo mundo.

2.2. ONDA HALLYU: DO INCENTIVO AO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO E SUA INFLUÊNCIA NO CONSUMO DE PRODUTOS SUL COREANOS

De acordo com Biilig e Silva (2022) a Coreia do Sul é uma das maiores potências econômicas mundiais na atualidade, e essa primazia se deu devido a um planejamento voltado a fortalecer o país tecnologicamente, principalmente com investimentos em educação, industrialização e inovação. Com o advento das diferentes mídias digitais, a Coreia do Sul viu espaço para difundir a sua marca e trazer a valorização do seu povo, produtos e serviços.

Esse marketing para difundir o país em diferentes mídias pode ser denominado de *Hallyu* (“onda coreana”), referindo-se a promoção de produtos culturais coreanos, através de dramas de televisão (K-dramas), filmes, música (K-pop), dança (B-boys), produtos de beleza, dentre outros, conforme assevera Billig e Silva (2022). Portanto, a partir da massificação cultural, a Coreia pôde valorizar seus ativos no mundo, auxiliando no desenvolvimento com suporte para firmar as suas marcas e produtos internacionalmente, especialmente através da rede mundial de computadores, tornando o país mais conhecido internacionalmente.

Sun e Jun (2022) em uma pesquisa *survey* com 623 consumidores chineses, puderam inferir que o *Hallyu* auxilia na intenção de compra de produtos coreanos. Os autores também estudam a *Hallyu* como uma forma de aculturação remota, “uma forma

moderna de aculturação, que tem sido usada principalmente para investigar a aculturação da população local em relação a uma ou mais culturas estrangeiras” (SUN, JUN; 2022).

Sendo influente na cultura de massa, a Coreia do Sul consegue atingir bilhões de pessoas e deixa registrado com elas a sua marca e principalmente o fortalecimento de suas empresas em um mercado internacional bastante competitivo, através do *merchandising*, onde a qualidade é essencial, mas a referência exerce grande influência.

Em linhas gerais, a *hallyu* impactou significativamente na indústria do entretenimento global, tendo sido uma das principais formas pelas quais a Coreia do Sul se destacou no mercado mundial, continuando a desempenhar um papel importante no crescimento econômico sustentável e na influência global do país.

2.3. INFLUÊNCIA DO SOFT POWER NO PROCESSO DE EXPANSÃO E DIFUSÃO CULTURAL DA CORÉIA DO SUL

A expressão *Soft Power* foi cunhada pelo cientista político Joseph Nye, em 1990, para descrever e se referir à capacidade de um país ou organização influenciar outros por meio de sua cultura, valores, políticas e instituições, em vez de meios militares ou econômicos, representando uma nova perspectiva para política mundial do século XX, onde guerras e embates diretos já não satisfazem às necessidades de uma economia em globalização, sendo visto, portanto, como um método mais adequado para o mundo das empresas privadas (NYE; 2008).

O *soft power* pode ser melhor observado principalmente com a produção de filmes, músicas, jogos, livros, produtos de beleza e demais itens de disseminação popular. Em sua maioria, conteúdos para uma grande massa global que carregam em si elementos de referência, como as datas festivas, locais de interesse, hábitos, modo de vestimenta etc. (SILVA et al; 2021).

Na atual fase da globalização, o Estado já não possui mais controle sobre o território e pessoas, mas as grandes empresas internacionais competem e se articulam para controlar o mercado, em um fenômeno chamado de “hiper” globalização. Por outro lado, não significa dizer que o Estado perdeu participação, contudo, houve mudanças significativas na política do *Welfare State* (Estado do bem-estar social), a qual cedeu espaço para um ambiente altamente competitivo e interconectado.

Dessa forma, o Estado que outrora desempenhou maiores ações nas relações internacionais, hoje, vê-se dividindo o espaço com outros atores e utilizando novos recursos, como os de *soft power*, para exercer seu poder e alcançar seus objetivos. De acordo com Silva et al (2021), o conflito militar é caro e indesejado pela maioria dos Estados modernos, que veem na diplomacia o caminho viável para cumprir com o seu dever. Assim sendo, a diplomacia entre países e suas estratégias de *soft power* foram impactadas com a era da informação e tecnologia, que amplificou a importância da reputação para a credibilidade no sistema internacional (NYE; 2008).

Atualmente, grandes grupos econômicos dominam o mercado internacional na maioria dos segmentos, por meio de trustes, holdings e conglomerados. Neste cenário de alta competição pelos recursos as pessoas ou, melhor dizendo, o “público-alvo” se torna o maior ativo das empresas, pois passa a ser considerado como o meio de se converter produtos em capital, a partir da venda e faturamento dos processos. Assim, com um público-alvo limitado a seu território nacional de atuação, a Coreia do Sul teve a necessidade de galgar novas possibilidades organizacionais para ampliar seus objetivos

organizacionais e utilizou da *Hallyu* como uma estratégia de *soft power* para dialogar com o público internacional e se posicionar no cenário econômico mundial (BILLIG, SILVA; 2022).

Portanto, a expansão da influência sul coreana internacionalmente dá-se mediante o fortalecimento da imagem da nação e de seu povo, o que agrega valor aos produtos e serviços por eles produzidos. Nesse ponto, o país volta a si, as suas origens, e a sua cultura como forma de fortalecer a sua atuação internacional (CARRAZZONI; 2021).

2.3.1. O processo de internacionalização de empresas sul coreanas

A internacionalização de empresas sul-coreanas é um fenômeno relativamente recente, mas que tem crescido rapidamente nas últimas décadas. Desde os anos 70, a Coreia do Sul tem sido um dos países mais bem-sucedidos em termos de desenvolvimento econômico, e isso se reflete no sucesso de suas empresas no mercado internacional. Uma das principais razões para o sucesso das empresas sul-coreanas na internacionalização é a sua capacidade de adaptação às exigências do mercado global. Essas empresas têm sido capazes de inovar constantemente nos seus produtos e serviços, acompanhando as tendências mundiais, e também têm investido em tecnologia para se manterem competitivas.

Outro fator importante é a combinação de uma política industrial voltada para a exportação com um ambiente favorável aos negócios. O governo sul-coreano tem incentivado as empresas locais a buscar mercados internacionais e, ao mesmo tempo, tem criado um ambiente regulatório favorável à atividade empresarial.

Além disso, as empresas sul-coreanas têm tido sucesso na formação de alianças estratégicas com empresas estrangeiras, o que lhes permite obter conhecimento de novos mercados e tecnologias. Essas alianças também facilitam a entrada dessas empresas em novos mercados, reduzindo as barreiras de entrada.

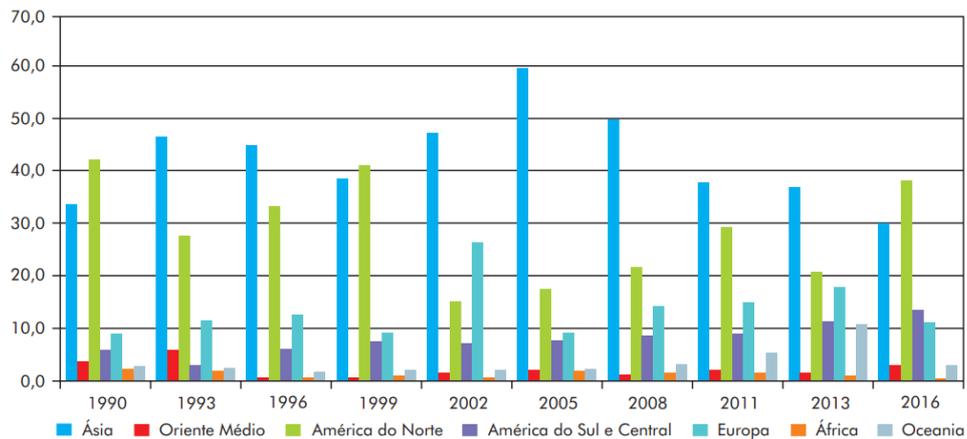
Por fim, a cultura empresarial da Coreia do Sul tem sido fundamental para o sucesso da internacionalização de suas empresas. As empresas sul-coreanas têm uma cultura organizacional orientada para a eficiência e a produtividade, e valorizam muito a educação e o aprendizado contínuo. Isso permite que elas sejam ágeis na adaptação às exigências do mercado global e se mantenham competitivas a longo prazo.

Entre os fatores determinantes do investimento direto externo coreano, destacam-se, entre outros: mão de obra barata, mercado doméstico saturado, desvantagens de custos, concorrência e a nítida estratégia governamental em transformar a Coreia do Sul numa potência regional. Conclui-se que a internacionalização das empresas coreanas não foi resultado das forças livres de mercado. Houve a percepção por parte do governo de que esse processo seria não apenas relevante como também necessário para a inserção virtuosa da Coreia do Sul nas estruturas produtivas e comerciais internacionais (RUPPERT, BERTELLA; 2018).

De acordo com Rupert e Bertella (2018), o Estado Sul Coreano, juntamente com as empresas, planejou ações por meio de estratégias de médio prazo (5 anos), através dos chamados “Planos Quinquenais de Desenvolvimento Econômico”. Por meio desses planos, o governo conseguiu distribuir recursos próprios e de Estados terceiros às empresas Sul Coreanas no intuito de promover o seu desenvolvimento internacional,

elegendo de forma precisa empresas estratégicas, que cumpriam a pré-requisitos organizacionais específicos, e que de fato poderiam influir no processo de internacionalização. No Gráfico 01, demonstra-se o IDE (Investimento Direto Externo) feito pelos sul coreanos em diferentes partes do globo em seu processo de internacionalização.

Gráfico 01: Investimento Direto Externo Sul Coreano em diferentes regiões do globo.



Fonte: RUPPERT, BERTELLA (2018)

A partir dos dados do Gráfico 01, entende-se que a Ásia, continente que corresponde a mais de 50% da população mundial foi o principal foco dos investimentos sul coreanos até 2013, tendo o investimento na região mantido níveis estáveis, em que pese no ano de 2016 ter a América do Norte recebido maior volume de investimentos.

De acordo com Ruppert e Bertella (2018), há empresas sul coreanas que possuem significativo volume de ativos no exterior, a exemplo da Samsung, LG e Hyundai. Deste modo, verifica-se que o país, mesmo com uma industrialização tardia, conseguiu conquistar espaço no mercado mundial através do planejamento e organização de seus recursos. Isso porquê, essas empresas têm se destacado pela sua capacidade de adaptação, inovação, alianças estratégicas e cultura empresarial, e tendem a continuar crescendo no mercado global nos próximos anos.

2.3.2. Internacionalização de empresas sul coreanas no Brasil

O Brasil, país em desenvolvimento e com recursos naturais e humanos em abundância, acaba por ofertar oportunidades para a instalação de empresas internacionais em seu território. Além do custo reduzido de mão de obra, a localização do país é estratégica para o escoamento mundial da produção. A legislação trabalhista, bem como a baixa taxa tributária do país, principalmente na zona franca de Manaus, foram bons incentivos para a instalação de empresas sul coreanas no país (IBRAHIM; 2019).

Assim como qualquer outra federação, o Brasil possui deveres para com a sua população, como a geração de emprego e garantia de renda para as necessidades básicas. Por outro lado, o país carece de empreendedorismo e de quantidade suficiente de vagas de emprego para toda a sua população. Nesse cenário, de acordo com Ibrahim (2019), a

instalação de multinacionais é uma vantagem e uma forma de o Estado honrar para com a sociedade civil.

Neste cenário, as empresas sul coreanas encontraram no Brasil um mercado aquecido, onde o custo-benefício das marcas (matéria-prima, mão-de-obra, incentivos fiscais e trabalhistas) foram ao encontro com as necessidades do povo (emprego e renda). No que tange a *Hallyu*, especificamente, o grande público brasileiro não estava habituado a consumir com frequência a cultura asiática. Entretanto, com o VOD (*video on demand*), sendo a Netflix o maior exemplo, a produção artístico-cultural sul coreano se maximizou e atraiu o interesse dos brasileiros (COSTA, FERNANDES; 2021)

3. METODOLOGIA

A principal finalidade desse artigo foi mapear os autores e pesquisadores que contribuíram para a temática “a influência do *soft power* sul coreano no processo de internacionalização de empresas” entre o período de 2009 a 2023, tendo em vista que a pesquisa foi realizada no mês de março e abril de 2023. Para tanto, foram realizados procedimentos bibliométricos por meio do *Google Acadêmico*. A referida plataforma foi escolhida devido ao seu acervo em uma coleção principal do banco de dados que reúne periódicos do tema *Soft Power e Internacionalização de Empresas*, conferindo credibilidade e garantia na recuperação dos artigos garimpados. A pesquisa foi realizada também em outra plataforma de grande confiabilidade, a *Spell*, porém sem êxito.

A bibliometria se caracterizou por ser uma técnica de pesquisa que analisa as publicações em livros, relatórios e em artigos (FERREIRA; 2011), permitindo o mapeamento e a análise da produção científica e suas variáveis (PRITCHARD; 1969) para entendimento, quantificação, análise, avaliação e desenvolvimento da área estudada por meio da produção realizada (RAMOS-RODRÍGUEZ, RUÍZNAVARRO; 2004).

Nesse sentido, inicialmente, para o estudo em questão, foram analisados os trabalhos publicados nos últimos 14 anos que apresentaram as expressões “*Soft Power; Hallyu; Internacionalização de Empresas Sul Coreanas*”, no título do trabalho, haja vista que elas, em sua varredura, contemplam o título, o resumo e as palavras-chave.

Após a definição e a totalização dos 29 trabalhos analisados, partiu-se para a leitura com foco nos resumos. Diante desse procedimento, buscou-se verificar a conformidade do que foi abordado nos referidos estudos dentro da pauta analítica deste artigo, remetendo-se ao número final de 20 trabalhos.

Após a filtragem, os estudos considerados mais próximos, contributivos e relevantes para o propósito deste artigo, conforme os parâmetros de pesquisa como principais autores, metodologia, artigos mais citados, serviram de base para justificar suas respectivas leituras na íntegra.

Para tanto, os dados citados promoveram por meio das leis bibliométricas (ARAÚJO; 2006), condições de análise mais amadurecidas no que tange à produção científica em torno da temática, sendo organizadas tabelas de resultados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente capítulo apresenta os resultados da pesquisa e pretende demonstrar a partir de dados bibliográficos a importância de a Coreia do Sul ter investido em tecnologia e na malha de exportação.

No Quadro 01 abaixo, são apresentados alguns indicadores do desenvolvimento social sul coreano. O intuito principal é inferir se houve ou não alterações ao longo dos anos e qual a influência das técnicas de *soft power* sobre os dados. Os indicadores foram selecionados com base na bibliografia, tendo os dados coletados de Yoon e Souza (2001) contribuído significativamente para o processo.

Quadro 01: Indicadores de Desenvolvimento Social Sul Coreanos

INDICADOR	ANO					
	1970	1980	1990	2000	2010	2020
População (milhões)	32,6	38,7	44,12	46,78	48,81	51,84
Escolaridade (Anos)	8,3	9,9	12	>12	>12	>12
PIB (bilhões U\$)	9,01	65,40	283,37	576,18	1,144,07	1.644,31
Coefficiente Gini	0,33	0,39	0,33	0,33*	0,32	0,31*
Exportação (bilhões U\$)	1,03	18,60	70,83	195,55	538,90	597,87
Importação (bilhões U\$)	1,9	24,26	72,98	185,28	506,77	537,27
Crescimento Econômico*	10,5	-1,65	9,88	9,06	6,8	-0,71

Fonte: Elaboração própria (2023)¹

A partir da análise do Quadro 01 é possível inferir que grande parte do poder de articulação do desenvolvimento Sul Coreano desde 1970 se deu, em grande parte, através do alto grau de escolaridade entre adultos até 24 anos. Com uma malha educacional funcional o país acabou tendo vantagens no direcionamento de seu capital humano. Contudo, embora a educação sul-coreana esteja consistentemente próxima do topo nas avaliações acadêmicas internacionais, como o PISA, o país também tem os maiores níveis de estresse entre jovens entre 11 e 15 anos, em comparação com qualquer outro país industrializado do mundo, segundo a OCDE (BBC, 2018).

O coeficiente de Gini, indicador que avalia a distribuição de recursos entre a população, demonstra um mercado interno ativo e com poder de consumo alto, o que favorece o país em acordos internacionais. Os resultados mais impressionantes são os econômicos, principalmente no que tange aos níveis de exportação e importação, assim como o crescimento do PIB.

Vários são os fatores para explicar o crescimento no período, como investimentos externos, principalmente com a entrada do país na OECD (*Organization for Economic*

¹ Com base nas informações coletadas no Banco Mundial, 2020. Acesso em: 23/05/2023.



Co-operation and Development), além de planos públicos e privados de governança e desenvolvimento. Nesse cenário favorável ao progresso tecno-científico, o país acabou desenvolvendo técnicas de *soft power*, principalmente a *Hallyu* como uma forma de se promover mundialmente e explorar novos mercados.

Assim, chega-se à conclusão de que a *Hallyu* é resultado do progresso científico sul coreano, mas não o seu precursor. Na verdade, o fenômeno se insere no cenário sul coreano para maximizar seus ativos e demonstrar ao mundo quem é a Coreia do Sul, bem como a sua força como nação perante o mercado global.

Em linhas gerais, acredita-se na capacidade sul coreana em manter sua estabilidade no cenário econômico, entretanto, não é possível avaliar essa estabilidade como positiva ou negativa, uma vez que, após o grande crescimento que teve, a estabilização econômica já era fator esperado. Porém, há a necessidade de se investigar o possível impacto na diminuição em investimentos diretos em países asiáticos e maior inserção na América do Norte. Isso porque, o mercado norte americano pode ser de mais difícil penetração e permanência, devido à concorrência. Da mesma forma, o ocidente ainda não consome de forma acentuada a cultura asiática, assim, a *Hallyu* pode não ser entendida e consumida, pelo menos por hora, por grande parte desse público. Com isso, a retomada de investimentos na Ásia tende a trazer mais vantagens às empresas sul coreanas em determinados cenários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que as estratégias de *soft power* tem relação com as novas formas de se expandir organicamente uma instituição, resgatando a cultura e valorizando a imagem que se busca traçar e desenvolver com o público-alvo, trabalhando primeiramente com conceitos básicos como trabalho em equipe.

Assim, ao optar pelo fortalecimento de sua matriz cultural como forma de expansão, um país faz uso de técnicas de *soft power*, que se constitui em uma forma de gerenciamento, aonde o “*power*” vem da capacidade de dada unidade saber articular as suas matrizes para trazer alinhamento aos objetivos traçados, dentro do ambiente organizacional, sendo esse ponto crucial ao se falar em internacionalização. Assim, entende-se que *soft power* possui forte ligação com a sustentabilidade empresarial, aonde os diversos atores contribuem à um objetivo em comum.

Vale ressaltar também que alguns itens trazem, desde outrora, imagem, como é o caso do chá inglês ou das especiarias da Índia, sedas chinesas, chocolates suíços, champanhe francês; e carregam conceito, representam tradição e em muitos casos estão diretamente associados aos seus feitores, tornando-se com o tempo um estilo próprio, um modo, técnica específica, de fácil distinção dos demais.

O resultado é que com esse poder suave há a consolidação de um respeito real criado pelos demais aos membros da comunidade influente, o que favorece posteriormente em contratos, relações cambiais e parcerias. Processo importante para a internacionalização de empresas. Assim, o resultado é positivo e o ganho ultrapassa aos investimentos, tornando-se intangível com o tempo.

Entende-se, dessa forma, que a Coreia do Sul vem conseguindo de forma espontânea introduzir sua comunidade em atividades competitivas, que possuem calendário e estrutura própria dentro da *Hallyu*, fazendo com que, ao final, haja a

exportação de artistas mundiais, principalmente na música, que já é preferência da geração atual.

Com a onda *Hallyu*, os sul coreanos já conseguiram conquistar feitos inéditos. Nesse momento, o país enfrenta a necessidade de trabalhar as questões psicológicas e emocionais de seus cidadãos, visto que alguns autores relatam o ambiente altamente competitivo que há no país, algo que nos dias atuais não é sustentável.

Assim, considera-se que há a necessidade de o país repensar a *Hallyu* e buscar melhorar através dessa malha cultural o bem-estar social de sua própria comunidade, tecendo a participação em ações socioeducativas, resgatando a sua cultura, estimulando a participação em atividades como canto, dança, arte e cultura para além da intenção de exportação e enriquecimento. Com o público mundial tornando-se cada vez mais exigente em relação à sustentabilidade social, ações desse tipo são importantes.

Em relação ao Brasil, a Coreia do Sul deixa o exemplo sobre o resultado do investimento em educação e desenvolvimento tecnológico, caminho a ser trilhado para se alcançar novos horizontes além do “em desenvolvimento”. O país latino precisa desenvolver sua capacidade produtiva e utilizar sabiamente o seu farto e diverso capital natural, ampliando as possibilidades de crescimento no cenário mundial, a partir da maximização, principalmente, da exportação de bens primários.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BBC. **O temido 'Enem' que sela o futuro dos jovens e paralisa a Coreia do Sul por um dia.** Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-46221616>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

BILLIG, O. A.; SILVA, A. P. **A expansão do hallyu: o uso da diplomacia cultural e seus impactos na economia sul-coreana.** Revista Conjuntura Global, Foz do Iguaçu, v. 11, n. 1, 2022.

CARRAZZONI, N. A. **O K-way of life: a expansão global da Coreia do Sul pela via do soft power.** Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/242076>>. 2021. Acesso em 08 abr. 2023.

COSTA, A. P. S. L.; FERNANDES, H. C. **Netflix como alternativa para a distribuição e exibição de filmes sul-coreanos no Brasil.** LÍBERO, n. 47, p. 158-178, 2021.

HERNANDÉZ, S.M.; LEE, J. **The Impact of Consumer Behavior Factors on Hallyu Consumption in Four Latin American Countries.** Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/353691526_The_Impact_of_Consumer_Behavior_Factors_on_Hallyu_Consumption_in_Four_Latin_American_Countries>. Acesso em: 10 abr. 2023.

IBRAHIM, H. C. **A política industrial na Coreia do Sul e no Brasil durante o paradigma tecnológico da microeletrônica.** Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais, n. 27, p. 83-114, 2019.

KOREAN. History. Disponível em:< [https://www.koreanculture.org/korea-information-history#:~:text=\(Prehistoric%20Times%20%2D%20Gojoseon\),settling%20there%20700%2C000%20years%20ago.](https://www.koreanculture.org/korea-information-history#:~:text=(Prehistoric%20Times%20%2D%20Gojoseon),settling%20there%20700%2C000%20years%20ago.)>. Acesso em 08 abr. 2023.

LIMA, U. M. O debate sobre o processo de desenvolvimento econômico da Coreia do Sul: uma linha alternativa de interpretação. Disponível em:< <https://www.scielo.br/j/ecos/a/6BW95ffZX6qx3CgdHtXVFzQ/?lang=pt>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

MACIEIRO, G. A Economia Coreana: Características Estruturais. Disponível em:< <https://www4.pucsp.br/geap/artigos/art6.PDF>>. Acesso em: 12 abr. 2023.

RODRIGUES, N. P. Coreia do Sul e Japão: um passado conflituoso refletido nas políticas de cooperação para o comércio. Disponível em:< <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14994/1/Nathalya%20Rodrigues-21705783%20%282%29.pdf>>. Acesso em 08 abr. 2023.

RUPPERT, L.; BERTELLA, M. A. A internacionalização das empresas sul-coreanas e o papel do estado. Revista de Economia Contemporânea, Rio de Janeiro, 22 v., 24 p. 2018.

SILVA, A.A.D; et al. A estratégia de soft power da Coreia do Sul perante o sistema internacional. 2021. 23 f. Monografia (Bacharelado em Relações Internacionais). Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021.

SUN, L; JUN, J. Effects of Hallyu on Chinese Consumers: A Focus on Remote Acculturation. Sustainability 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/su14053018>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

SUN, Na et al. The genetic structure and admixture of Manchus and Koreans in northeast China. Annals of Human Biology, n. just-accepted, p. 1-26, 2023.

UNCTAD. South Korea Profile. Disponível em:<<https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>>. Acesso em 08 abr. 2023.

YOON, T. D; SOUZA, N.J. Uma análise Empírica sobre os fatores de Desenvolvimento Econômico da Coreia do Sul: 1961 – 1990. São Paulo: Est. Econ, São Paulo, v.31, n. 2, P. 321 – 367, 2001.