

## A FETICHIZAÇÃO DOS HOMENS COREANOS: ENTRE A EXOTIFICAÇÃO E A REALIDADE

TARARAM, Anna Luiza Sousa<sup>11</sup>

### RESUMO

A expansão da onda cultural sul-coreana, conhecida como Hallyu, tem influenciado significativamente a percepção global sobre os homens asiáticos, alterando estereótipos e criando diferentes padrões de atração. Historicamente relegados a estereótipos negativos e frequentemente dessexualizados pela mídia ocidental, esses homens passaram a ocupar um novo espaço no panorama da atração e do desejo global. Este artigo explora como a Hallyu contribuiu para a hipervalorização e fetichização dos homens sul-coreanos, analisando a transição de representações depreciativas para novos padrões de masculinidade e atratividade, sendo consolidada como um processo dicotômico.

**Palavras-chave:** Hallyu, onda asiática, fetichização, masculinidade asiática, cultura pop sul-coreana.

### INTRODUÇÃO

A onda coreana, também chamada de Hallyu, influenciou não apenas no consumo da cultura sul-coreana, mas também na percepção de homens asiáticos na sociedade, levando a romantização de comportamento devido às representações midiáticas, que apresentam homens românticos, gentis e idealizados.

Apesar da Hallyu ter garantido a expansão da cultura coreana, também experienciou a fetichização racial. A fetichização, no contexto dos estudos culturais e sociais, refere-se ao processo pelo qual determinados grupos étnicos ou raciais são reduzidos a um conjunto de características estereotipadas, frequentemente sexualizadas, objetificando e destituindo-os de sua

---

<sup>11</sup> Graduanda em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).



complexidade humana. Este fenômeno ocorre quando indivíduos são desejados não por suas qualidades individuais, mas por características percebidas como inerentes ao seu grupo étnico-racial, consoante aponta Hooks, (1992).

No caso específico dos homens coreanos, a fetichização representa um fenômeno complexo que ganhou novas dimensões com a expansão global da cultura sul-coreana. Este problema não apenas desumaniza indivíduos, mas também pode impactar a dinâmica de relacionamentos, levando a frustrações e desequilíbrios de poder.

Por mais que a Coreia do Sul seja uma potência cultural e tecnológica, apresenta uma cultura dominante extremamente machista que induz as mulheres a situações de submissão em todas as esferas sociais. A estrutura social sul-coreana reproduz normas e valores que separam às mulheres das posições de subordinação, perpetuando papéis misóginos e tornando a participação plena das mulheres na sociedade um objetivo cada vez mais inalcançável. Nesse contexto, um país onde o comportamento patriarcal é perpetuado até mesmo pelo presidente garante que a libertação das mulheres destes impasses se torne ainda mais longínqua e limitada.

## **1. A ONDA COREANA**

Antes da ascensão global da Hallyu, a representação de homens asiáticos na mídia ocidental era marcada de modo limitado e frequentemente estereotipado. Por décadas, as indústrias culturais do Ocidente perpetuaram imagens que desumanizam e marginalizam esses indivíduos, contribuindo para uma percepção pública distorcida. Raramente vistos como protagonistas ou figuras complexas, os homens asiáticos eram frequentemente confinados a papéis secundários que reforçam preconceitos raciais e culturais.

Um ótimo exemplo é o papel de mestres de artes marciais, como Bruce Lee e Jackie Chan, que frequentemente acabavam sendo superados pelo herói branco, reforçando uma hierarquia racial implícita. Essa representação contrastava fortemente com os estereótipos das mulheres asiáticas, que eram frequentemente hipersexualizadas, seja como a "flor de lótus", uma mulher submissa e exótica, seja como a "dragon lady" sedutora e perigosa.



Contudo, a onda coreana chegaria como um ponto de inflexão que mudaria a representação dos homens e mulheres asiáticos.

A Hallyu ou Onda Coreana teve seu início a partir dos anos 1980, quando o setor privado e o governo se juntaram para fornecer investimentos para a produção cultural. A ideia inicial era a expansão aos países vizinhos, como Taiwan, China, Vietnã e Japão, porém, posteriormente a grande onda coreana alcançaria outros oceanos, consoante destaca Pacheco, (2024). Este fenômeno expandiu-se exponencialmente para o Ocidente, especialmente a partir da década de 2010. A Hallyu engloba diversos produtos culturais, incluindo música popular (K-pop), dramas televisivos (K-dramas), cinema, gastronomia, moda e cosméticos.

O sucesso do rapper Psy com a música Gangnam Style, a explosão do k-pop com o grupo BTS, o filme Parasita sendo premiado no Oscar de 2020 e até mesmo a série da Netflix, Round 6 (Squid Game) são exemplos da magnitude desta onda e destes investimentos, consoante aponta Pacheco, (2024). Estas conquistas, além de serem gratificantes, também ajudam a legitimar reivindicações e posições políticas no Ocidente.

O "soft power" é uma estratégia na qual o país consegue exercer influência sobre outras nações sem o uso de força coercitiva, apenas por meio da atração de suas culturas e valores, característica central do soft power consoante afirma Mathias, (2023). A Hallyu é vista como uma estratégia de soft power pela Coreia do Sul, justamente pela expansão do público consumidor de sua cultura, contribuindo para a construção de uma imagem positiva da Coreia do Sul e a adoção de seus valores e estilos de vida.

Assim, esta onda serve como uma ferramenta poderosa que não apenas promove o patrimônio cultural da Coreia do Sul, mas também facilita suas relações diplomáticas e sua influência no cenário internacional, consoante afirma Mathias, (2023). Além disso, tem o potencial de alterar narrativas existentes e proporcionar uma nova perspectiva sobre a Coreia do Sul, melhorando sua imagem global e fortalecendo suas alianças estratégicas. A popularidade da cultura sul-coreana contribui para a suavização de estereótipos e criação de uma percepção mais positiva do país fazendo com que o Ocidente veja o país não apenas como um ator econômico ou político, mas como um centro cultural vibrante e inovador, consoante salienta Mathias, (2023).



## 2. EXOTIZAÇÃO E RACIALIZAÇÃO NO CONTEXTO ASIÁTICO

De acordo com Edward Said, autor do livro “Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente”, o estudo das línguas e de textos antigos desempenhou um papel fundamental na construção de uma imagem estereotipada do Oriente. Ao analisar as línguas orientais como se fossem estáticas, os estudiosos europeus retratavam os povos orientais como se fossem todos iguais entre si, impassíveis de mudança ao longo do tempo e inferiores ao padrão ocidental. Esta forma eurocêntrica de se pensar o Oriente como passivo e imutável garantia uma superioridade natural sobre aquilo que estudava, consoante retratou Said, (1978).

Arelada a essa visão construída pelo olhar ocidental, a representação do Oriente passou a ser marcada pela excentricidade e estranheza, sendo frequentemente apresentado como algo diferente e exótico. Nessa perspectiva, o Oriente deixava de ser compreendido em sua complexidade real e passava a funcionar como um cenário simbólico que alimentava narrativas ocidentais, consoante aponta Said, (1978).

Ao enfatizar a lupa da excentricidade que estava apontada para o Oriente, o autor aborda o fetichismo com homens asiáticos que estava profundamente ligada à fantasia masculina ocidental de poder, erotismo e domínio, consoante arquivos de Said, (1978). Essa visão reproduz uma relação de desejo sexuado que associa o Oriente a atributos como sensualidade e fantasia sexual, e, até os dias atuais, pessoas asiáticas são alvo de comentários como “Nunca fiquei com um/uma japinha” e “Sou louco por uma japinha.”, por exemplo. Apesar da óbvia gravidade dos comentários pela conotação racista, existe também um apagamento das complexas nacionalidades do Oriente, diminuindo todo o continente e suas etnias em apenas “japa” por ter olhos puxados.

Historicamente, a masculinidade asiática foi construída no imaginário ocidental através de processos de emasculação e feminização. Filmes e programas de televisão frequentemente retratam homens asiáticos como assexuados, fracos ou como ameaças não-sexuais, como o estereótipo do “nerd asiático”. Estas representações contrastavam fortemente com a hiperssexualização das mulheres asiáticas, criando uma dicotomia de gênero racializada que servia para reforçar a supremacia masculina branca, consoante



destaca Tuan, (1998).

No contexto sul-coreano, a masculinidade tradicional foi fortemente influenciada pelo confucionismo, filosofia chinesa que enfatiza hierarquias sociais rígidas, incluindo a dominância masculina. Simultaneamente, a história moderna da Coreia do Sul, marcada pela ocupação japonesa, pela Guerra da Coreia e por rápidas transformações socioeconômicas, moldou concepções contemporâneas de masculinidade que navegam entre tradição e modernidade, influências locais e globais. Estudos recentes sobre "soft masculinity" no K-pop, consoante indicam Lee, (2020); Jung, (2011) analisam como os ídolos masculinos performam uma versão de masculinidade que incorpora elementos tradicionalmente vistos como femininos - utilizar maquiagem, se preocupam com cuidados estéticos, expressão emocional, delicadeza - sem serem pegos pela masculinidade frágil.

Os novos horizontes trazidos pela expansão da cultura sul-coreana trouxeram consigo a romantização das relações com asiáticos e a fetichização dos indivíduos amarelos. Esta idealização, quando inserida em uma cultura de massa, cria espaço para novos preceitos, como o orientalismo. Um efeito da Hallyu é a "coreanização", ou seja, buscar adaptar hábitos culturais, jeito de falar, de se vestir e de como se portar inspirados pelos ídolos, atores e afins. Este problema faz com que os descendentes jovens prefiram um desligamento da cultura original devido aos estereótipos, consoante indica Pacheco, (2024).

Como dito, esta fabulação abre espaço para preconceitos, sendo um destes o fetiche racial. Este acontece quando a pessoa amarela deixa de ser desejada por ser quem ela é e passa a ser desejada apenas por ser asiática. No caso dos homens coreanos, há a romantização de todo o comportamento visto nos doramas e a projeção de características nos grupos de kpop que levam as mulheres a procurarem namorados asiáticos em apps de relacionamentos, consoante registra Gadelha, (2023).

### **3. A FETICHIZAÇÃO DOS HOMENS COREANOS NA MÍDIA GLOBAL**

O k-pop representa um dos principais vetores da Hallyu e, consequentemente, um espaço privilegiado para analisar a construção e



disseminação de representações dos homens coreanos. A indústria do k-pop é altamente estratégica, produzindo cuidadosamente a imagem dos idols masculinos através do processo de “trainee” que envolve treinamento intensivo, gestão de imagem e marketing sofisticado. As empresas buscam “saciar” os anseios do público do k-pop, inventando a imagem do namorado perfeito, chamado de “boyfriend material”, levando que os idols (artistas) evitem escândalos de relacionamentos para não perder a clientela.

A estética visual dos idols masculinos de k-pop frequentemente incorpora elementos que desafiam concepções ocidentais tradicionais de masculinidade. A “soft masculinity” é complementada por performances coreográficas precisas que demonstram simultaneamente força física e graciosidade, disciplina e expressividade emocional, além das práticas de aegyo, comportamento fofo quase infantil.

No entanto, a recepção global dessas representações frequentemente resulta em processos de fetichização. Fãs internacionais, especialmente aqueles sem familiaridade profunda com o contexto cultural coreano, podem interpretar estas performances de masculinidade através de lentes orientalistas que reforçam a alteridade racial. Comentários como “homens asiáticos são tão delicados/bonitos/femininos” essencializa características que são, na verdade, construções culturais específicas da indústria do entretenimento, não representativas da diversidade de expressões masculinas na sociedade coreana.

Além disso, a indústria do K-pop conscientemente capitaliza sobre a “comercialização da intimidade”, consoante aponta Kim, (2014), criando conteúdos que simulam proximidade e disponibilidade emocional dos idols para seus fãs, além de perpetuar a ideia de que estes não podem se envolver romanticamente, como supramencionado. Esta estratégia, embora eficaz para construir fanbases dedicadas, também pode intensificar processos de objetificação e fetichização, especialmente quando mediada por diferenças culturais e raciais.

Os doramas (k-dramas), novelas sul-coreanas, constituem outro pilar fundamental da Hallyu e um importante veículo de representações idealizadas da masculinidade coreana. Particularmente nos dramas românticos, personagens masculinos são frequentemente construídos segundo arquétipos



específicos que combinam sucesso profissional, aparência física idealizada e devoção romântica.

A partir destes dramas, é possível identificar alguns tipos mais famosos de personagens, apresentando principalmente dois tipos: o empresário herdeiro poderoso, rico e emocionalmente vulnerável e o homem perfeito, que demonstram habilidades excepcionais em múltiplas áreas (profissional, doméstica, romântica) e dedicação incondicional à protagonista feminina.

A fetichização ocorre quando estas representações ficcionais são interpretadas como reflexos autênticos da realidade social coreana, levando a expectativas irrealistas sobre homens coreanos reais. É interessante afunilar a análise para o cenário brasileiro, o terceiro país do mundo a assistir mais doramas durante a pandemia, consoante registra Magalhães, (2021). Apesar de imigrantes sul-coreanos terem escolhido o Brasil como destino, a cultura e até mesmo a maneira como são vistos na sociedade mudou com o advento da onda coreana Pacheco, (2024).

Como observado por Gadelha (2023), há casos documentados de mulheres ocidentais que viajam à Coreia do Sul especificamente em busca do "príncipe do drama", apenas para confrontar uma realidade social significativamente diferente das narrativas romantizadas consumidas através da mídia.

A busca pelo homem ideal, romântico e polido que as mulheres buscam em homens asiáticos as leva a encontrarem parceiros extremamente machistas e desrespeitosos. Consequentemente, existem mulheres que vão à Coreia do Sul em busca do seu príncipe encantado e encontram outra realidade. As relações interpessoais no Brasil e na Coreia do Sul são bem diferentes, principalmente quando analisamos a cultura e a história de ambos países. O Brasil é um país machista, mas a Coreia do Sul, além de ter como base o Confucionismo, é ainda mais misógina e machista, espelhando estas heranças nos comportamentos masculinos, gerando desequilíbrios de poder. Dessa maneira, há uma quebra dessas expectativas de uma forma brusca e, às vezes, violenta.

A fetichização dos homens coreanos têm repercussões significativas no contexto de relacionamentos românticos e sexuais, particularmente em dinâmicas interculturais. O fenômeno de mulheres ocidentais que buscam



especificamente parceiros coreanos ou asiáticos baseadas em imagens idealizadas derivadas da mídia representa uma manifestação clara de fetichização racial. Plataformas de relacionamento frequentemente refletem e reforçam estas dinâmicas. Pesquisas sobre padrões de preferência em aplicativos de relacionamento consistentemente demonstram como raça e etnia influenciam significativamente as interações românticas online conforme o Kao, citado em *Seattle Times*, (2021). No contexto da Hallyu, observa-se um aumento no interesse específico por homens coreanos ou asiáticos que se assemelham esteticamente aos idols de K-pop, um fenômeno conhecido como uma inversão parcial de padrões históricos.

O caso da brasileira Jackeliny Bastos deixa bem clara a realidade de relacionamentos baseados em idealizações. Após conhecer um coreano em um aplicativo de namoro, conhecê-lo pessoalmente em Jericoacoara (CE) e compartilhar a história do romance a uma distância de 17 mil quilômetros com o príncipe da sua vida, o casal se reencontrou na Coreia do Sul.

Contudo, Bastos detalha as duas semanas de violência, abusos e indiferença que sofreu com o marido, que mudou completamente de comportamento, mostrando sua verdadeira face que é violenta, controladora e desumana.

Esta mudança de comportamento infelizmente não é exclusivamente em relacionamentos inter-raciais uma vez que as coreanas encontram o mesmo destino. O caso de Jackeliny, que foi expulsa da casa em que morava com seu marido e se viu desamparada em um país estrangeiro, apenas reforça a ideia do quão perigoso é o limiar entre a idealização e a realidade, uma vez que este fato não é isolado.

Se, por um lado, a Hallyu democratizou o acesso à cultura coreana, por outro, sua narrativa idealizada negligencia as desigualdades de gênero que permeiam a sociedade sul-coreana e contribui para a criação de uma máscara para o machismo aflorado no país.

Para homens coreanos envolvidos nestas dinâmicas, a experiência pode ser igualmente complexa e potencialmente prejudicial. Ser desejado primariamente por características racializadas, em vez de qualidades individuais, representa uma forma de objetificação que nega plena humanidade e agência. Além disso, a expectativa de conformidade com estereótipos derivados da mídia



impõe limitações significativas à expressão autêntica de identidade e emoções.

A globalização da cultura sul-coreana e a consequente fetichização dos homens coreanos têm impactos significativos na autopercepção e identidade dos próprios homens coreanos, tanto na Coreia do Sul quanto na diáspora. Estudos recentes sobre masculinidade jovem na Coreia indicam que homens coreanos contemporâneos navegam complexas pressões sociais que incluem expectativas tradicionais de masculinidade (sucesso econômico, serviço militar obrigatório, responsabilidades familiares) e novas demandas estéticas e comportamentais influenciadas pela indústria do entretenimento, consoante afirma Lee, (2023).

### **3.1 A fetichização como manifestação contemporânea do orientalismo**

A fetichização dos homens coreanos pode ser interpretada como uma manifestação contemporânea de orientalismo, adaptada ao contexto da globalização cultural do século XXI. Como argumentado por Said, (1978), o orientalismo opera através da construção discursiva do "Oriente" como fundamentalmente diferente e exótico em relação ao "Ocidente". Esta construção, historicamente, serviu para justificar a dominação colonial e imperialismo cultural.

No contexto atual, embora as manifestações sejam menos explicitamente hierárquicas, persistem estruturas subjacentes que posicionam culturas asiáticas como objetos de consumo ocidental. A fetichização dos homens coreanos, mesmo quando expressa através de desejo e admiração aparentemente positivos, frequentemente reproduz lógicas orientalistas ao reduzir indivíduos complexos a representantes de uma alteridade exótica.

Esta dinâmica é particularmente evidente no fenômeno "Koreaboo" — termo que descreve indivíduos que demonstram obsessão pela cultura coreana, frequentemente baseada em representações midiáticas limitadas e descontextualizadas. Contudo, é importante notar que a fetichização contemporânea dos homens coreanos opera em um contexto significativamente diferente do orientalismo clássico analisado por Said.



De acordo com Hooks, (1992), o desejo e a apreensão cultural podem se transformar em objetos de fetichismo. A admiração reconhece a humanidade e a complexidade do outro, enquanto o fetiche tende a objetificar e reduzir a pessoa a um símbolo ou fantasia.

A autora sugere também que pode existir uma fascinação facilmente metamorfoseada em fetiche quando há uma ausência de entendimento profundo ou respeito autêntico (como o consumo descontextualizado da realidade coreana), levando à objetificação.

Por mais que o livro de Bell Hooks seja referente à cultura negra, as raízes dos estereótipos são convergentes, o eurocentrismo. Dessa maneira, é possível estender a análise para outros grupos não-brancos como feito acima. Entender estas nuances como algo negativo e recorrente é fundamental para garantir a melhoria da situação futuramente.

A linha entre entusiasmo cultural genuíno e comportamento "Koreaboo" frequentemente depende não apenas de ações específicas, mas de atitudes subjacentes— particularmente disposição para reconhecer a própria posicionalidade, respeitar complexidades culturais e engajar-se com a cultura coreana em seus próprios termos, em vez de projeções fantasiosas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, a expansão global da onda coreana pode ser vista como uma faca de dois gumes, um capítulo ambivalente. Por um lado, a Hallyu desempenhou um papel muito importante em garantir uma maior compreensão da cultura sul-coreana em todos seus aspectos culturais e devidas extensões. Este fenômeno, longe de representar simplesmente uma inversão de estereótipos históricos sobre homens asiáticos, constitui uma reconfiguração de relações de poder racializadas adaptadas ao contexto midiático contemporâneo.

A análise da fetichização dos homens coreanos no contexto da expansão global da Hallyu revela dinâmicas complexas na intersecção entre raça, gênero, mídia e globalização cultural.

A indústria cultural sul-coreana, através do K-pop, K-dramas e cinema, introduziu globalmente representações de masculinidade que desafiam



parcialmente estereótipos ocidentais limitantes sobre homens asiáticos. A "soft masculinity" performada por idols de K-pop e a devoção romântica idealizada de protagonistas de K-dramas oferecem alternativas visíveis à histórica emasculação e invisibilização de homens asiáticos na mídia ocidental. No entanto, a recepção global destas representações frequentemente resulta em novas formas de fetichização que, embora aparentemente positivas, continuam a operar dentro de estruturas orientalistas que marcam homens coreanos como fundamentalmente "outros".

Esta fetichização manifesta-se em comportamentos como o fenômeno "Koreaboo", preferências de relacionamento explicitamente racializadas e consumo descontextualizado de produtos culturais coreanos. As consequências desta fetichização são significativas tanto para homens coreanos que enfrentam novas formas de objetificação e expectativas irrealistas quanto para consumidores globais da Hallyu, cujas percepções interculturais podem ser distorcidas por representações midiáticas idealizadas. Esta romantização é particularmente problemática quando analisadas em conjunto com as realidades socioculturais da Coreia contemporânea, encontrando estruturas patriarcais persistentes e desigualdades de gênero que são frequentemente ignoradas em representações midiáticas globalizadas.

Esta análise não pretende condenar o consumo intercultural da Hallyu, que oferece oportunidades valiosas para diálogos culturais significativos. Pelo contrário, é imprescindível um engajamento mais crítico e contextualizado com produtos culturais globalizados, reconhecendo as complexidades históricas e sociais subjacentes às representações midiáticas e resistindo a tendências fetichizadas. É inegável que o papel de desafiar décadas de estereótipos negativos infundados no racismo ocidental e pensamento eurocêntrico garantiu a introdução de novas representações de masculinidade que ressoavam globalmente e os posicionavam como figuras desejáveis e atraentes.

Por outro lado, essa mesma visibilidade e popularidade abriram caminho para novas formas de objetificação, notadamente a supervalorização e a fetichização. A atração intensa, muitas vezes mediada por fantasias alimentadas por mídias como k-dramas e k-pop, pode levar à redução de indivíduos a meros representantes de uma etnia idealizada, ignorando sua complexidade e humanidade.



Em última análise, a fetichização dos homens coreanos ilustra como, mesmo em um mundo aparentemente mais conectado e culturalmente fluido, persistem estruturas racializadas que moldam encontros interculturais. Reconhecer e desafiar estas estruturas representa um passo necessário em direção a formas mais equitativas e mutuamente respeitosas de intercâmbio cultural global.

Como o limiar é muito tênue, é crucial reconhecer que a fetichização, mesmo quando disfarçada de admiração ou preferência, permanece uma prática prejudicial por se basear em estereótipos e desconsiderar a individualidade da pessoa. A jornada da percepção dos homens asiáticos no Ocidente, influenciada pela Hallyu, sublinha a necessidade contínua de um olhar crítico sobre as representações midiáticas e seus impactos multifacetados, incentivando uma apreciação que valorize a diversidade e a individualidade para além das tendências culturais e dos fetiches momentâneos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GADELHA, R. Como o fetiche asiático afeta mulheres e homens amarelos. *CNN Brasil*, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/como-o-fetiche-asiatico-afeta-mulheres-e-homens-amarelos>. (Acesso em: 29 de março de 2025).

HOOKS, B. Eating the other: desire and resistance. In: *Black looks: race and representation*. Boston: South End Press, 1992.

JUNG, S. K-pop, Indonesian fandom, and social media. **Transformative Works and Cultures**, v. 8, 2011. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.3983/twc.2011.0289>. (Acesso em: 29 de março de 2025).

KIM, E. J. The racial logic of Korean pop culture. In: KIM, K. H.; CHOE, Y. (ed.). *The Korean Popular Culture Reader*. Durham: Duke University Press, 2014.

LEE, J. Young Korean men's masculinity management in the neoliberal Korea. **Journal of Men's Studies**, 2023. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.1177/08969205231160295> (Acesso em: 29 de março de 2025).

MAGALHÃES, L. Brasil é o 3º país que mais consumiu doramas na pandemia. *O Povo*, 10 ago. 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaarte/2021/08/10/brasil-e-o-3-pais-do-mundo-que-mais-consumiu-doramas-na-pandemia.html>. (Acesso em: 29 de abril de 2025).



2025).

MATHIAS, L. B. Política externa sul-coreana: o Hallyu enquanto política de Estado estratégica de soft power. **Relações Exteriores**, 30 maio 2023. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/politica-externa-sul-coreana-o-hallyu-enquanto-politica-de-estado-estrategica-de-soft-power/>. (Acesso em: 29 de abril de 2025).

PACHECO, M. S. O impacto da cultura pop coreana no Ocidente: a juventude brasileira surfando na Onda Hallyu. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) — Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2024.

SAID, E. W. *Orientalism*. New York: Pantheon Books, 1978. TUAN, M. *Forever foreigners or honorary whites? The Asian ethnic experience today*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1998.