

**CESED - CENTRO DE ENSINO SUPERIOR E DESENVOLVIMENTO**  
**UNIFACISA - CENTRO UNIVERSITÁRIO**  
**CURSO DE BACHAREL EM DIREITO**

**LARISSA OLIVEIRA ALVES**

**A AMPLITUDE PROTETIVA DOS DIREITOS AUTORAIS NA CULTURA POP: UM**  
**ESTUDO DE CASO DOS GRUPOS COREANOS**

**CAMPINA GRANDE-PB**

**2021**

LARISSA OLIVEIRA ALVES

A AMPLITUDE PROTETIVA DOS DIREITOS AUTORAIS NA CULTURA POP: UM  
ESTUDO DE CASO DOS GRUPOS COREANOS

Trabalho de Conclusão de Curso - Artigo Científico - apresentado como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Direito pela UniFacisa - Centro Universitário.

Área de concentração: Direito Privado; Direito da Propriedade Intelectual, mídia, tecnologia e inovação.

Orientador: Prof. Dr. João Ademar de Andrade Lima da UniFacisa.

espaço para ficha catalográfica

Trabalho de Conclusão de Curso - Artigo Científico - A Amplitude Protetiva dos Direitos Autorais na Cultura Pop: Um Estudo De Caso dos Grupos Coreanos, apresentado por Larissa Oliveira Alves para a obtenção do título de Graduação em Direito outorgada pela instituição UniFacisa – Centro Universitário.

**APROVADO EM:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA:

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. da UniFacisa, João Ademar de  
Andrade Lima  
Orientador

\_\_\_\_\_  
Prof.º da UniFacisa,.

\_\_\_\_\_  
Prof.º da UniFacisa,.

# A AMPLITUDE PROTETIVA DOS DIREITOS AUTORAIS NA CULTURA POP: Um Estudo De Caso Dos Grupos Coreanos

Larissa Oliveira Alves

João Ademar de Andrade Lima (orientador)

## RESUMO

O presente artigo descreve uma análise de conteúdo sobre os arcabouços jurídicos presente na indústria cultural sul coreana, utilizando da metodologia da análise de conteúdo. Partindo da contextualização histórica da Coreia do Sul, houve a análise de como o país passou de Tigre Asiático para um país que utiliza da estratégia *soft power* para expandir economicamente. Estando essencialmente interligada à cultura, ao utilizar essa estratégia econômica, a Coreia divulga a cultura, o idioma e o estilo de vida para os indivíduos internacionais que acabam por transformar a música em um meio de propagação do turismo; ocorreu também a análise da utilização do *K-Pop* no meio diplomático e político, devido a participação e parcerias com a ONU e a UNICEF, bem como em encontros presidenciais e na influência no parlamento ao trazer novas pautas para a legislação coreana. Por fim, houve a avaliação da propriedade intelectual e como é empregada na indústria cultural, tal como sua relação com outros direitos relacionados ao *K-Pop*. Detectou-se que esse gênero musical interliga a proteção cultural ao desenvolvimento econômico em uma conciliação que garanta um retorno pecuniário, sendo aplicado a proteção e o reconhecimento do Direito da Propriedade Intelectual as obras advindas do intelecto.

Palavras-Chave: *K-Pop*; Cultura; Política; Propriedade Intelectual.

## RÉSUMÉ

Cet article décrit une analyse de contenu des cadres juridiques présents dans l'industrie culturelle sud-coréenne, en utilisant la méthodologie de l'analyse de contenu. En partant de la contextualisation historique de la Corée du Sud, on a analysé comment le pays est passé du statut de tigre asiatique à celui de pays qui utilise la stratégie du *soft power* pour se développer économiquement. Étant essentiellement liée à la culture, en utilisant cette stratégie économique, la Corée diffuse la culture, la langue et le style de vie à des individus internationaux qui finissent par transformer la musique en un moyen de diffusion du tourisme;

il y a également eu l'analyse de l'utilisation de la K-Pop dans l'environnement diplomatique et politique, en raison de la participation et des partenariats avec l'ONU et l'UNICEF, ainsi que dans les réunions présidentielles et l'influence dans le parlement en apportant de nouvelles directives pour la législation coréenne. Enfin, il y a eu l'évaluation de la propriété intellectuelle et de la manière dont elle est utilisée dans l'industrie culturelle, ainsi que sa relation avec les autres droits liés à la K-Pop. Il a été détecté que ce genre musical relie la protection culturelle au développement économique dans une conciliation qui assure un retour pécuniaire, en appliquant la protection et la reconnaissance de la loi sur la propriété intellectuelle aux œuvres issues de l'intellect.

Mots-clés: *K-Pop*; *Culture*; Propriété Intellectuelle.

## 1. INTRODUÇÃO

O Direito Cultural foi previsto pela primeira vez no artigo 22 da Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão, que o acabou por o qualificar como indispensável à dignidade e ao desenvolvimento da personalidade. Segundo Francisco Humberto Cunha Filho (2021), os Direitos Culturais são aqueles que possuem envolvimento com as artes, as transferências de saberes e com a memória pública, assegurando aos seus titulares o uso do passado e o conhecimento, a interposição no presente momento e uma possibilidade de prever e decidir eventos relacionados ao futuro, tendo em vista a dignidade da pessoa humana.

A incorporação dos direitos culturais aos direitos fundamentais se estabelece no mérito político, econômico, social e científico que o cultural obteve presentemente, após um procedimento elaborado na metade do século passado. A Cultura tem o sentido de humanidade, bem como cada indivíduo é designado pela cultura na qual nasce e se desenvolve.

Contudo, com a troca de informações, a população mundial, principalmente os adolescentes e os jovens adultos, acaba por presenciar uma troca cultural por intermédio da mídia, desde livros até a música e os seriados. Devido a essa migração para o ambiente virtual, Henry Jenkins conceituou a convergência midiática como uma tendência de adaptar a mídia à internet, o que não só é um processo tecnológico como também é cultural.

Como exemplo dessa convergência midiática, a *Hallyu*<sup>1</sup>, um neologismo criado por jornalistas em referência a popularização da cultura sul-coreana em meados dos anos 90. É

---

<sup>1</sup> Em português, Onda Coreana; em hangul, 한류.

plausível falar que, há 20 anos, parte da população não saberia apontar onde a Coreia do Sul ficava no mapa mundial. Mas, com base nos fortes investimentos no ramo cultural, sendo mais específico, na indústria da música que acabou transformando o país e fez do *K-Pop* uma forte ferramenta política, desde visitas diplomáticas a campanhas com a UNICEF (LUISA, 2021).

Mais do que um gênero musical, o *K-Pop* é um mercado que gerou novos meios de produção, divulgação e distribuição. Além de abranger a cultura, comportamento, moda entre outros e ser um dos principais meios de exportação cultural da Coreia do Sul.

Castells (2000), ao utilizar a locução “sociedade da informação”, afirmou que ela desperta um novo período na história que é marcado pelos progressos tecnológicos e pela junção das mídias. Dessa forma, a sociedade observa, de modo progressivo, o avanço das tecnologias em frente às áreas criativas como o design e a moda, além de reconhecer a cultura como um potencial econômico.

Como o avanço tecnológico, a Propriedade Intelectual ganha a sua vez. O Direito da Propriedade Intelectual tem como objetivo, a proteção das criações intelectuais, sendo reservado aos seus titulares a escolha da forma de utilização, circulação etc. dos bens ou produtos incorporados às criações do intelecto.

A Lei de Direitos Autorais sul-coreana, no seu artigo 8, garante que pessoas que possuam o nome real ou um pseudônimo que esteja indicado como autor da obra original ou que esteja indicado como autor em uma performance pública<sup>2</sup>, estarão sob a proteção dos seus direitos.

A questão que norteia o desenvolvimento deste estudo está centrada na seguinte problemática: qual arcabouço jurídico que se ancora no entorno de uma forte produção midiática cultural do porte do *K-Pop*?

Refletir as perspectivas das mudanças culturais como uma assunção de novos modelos jurídicos que abarcam uma série de situações que precisam ser definidas para que tenham a real tutela, além da multi proteção autoral de expressões artísticas múltiplas, pois o *K-Pop* não se configura apenas na música, mas também nas roupas, nas coreografias e na marca, são todos os objetos ao redor.

Assim sendo, essas são apenas algumas das questões de que constituem a base deste artigo e que tem em sua importância justificada dado que busca perpetuar os conceitos contemporâneos, a título de exemplo a cultura e a tecnologia, levando em consideração que

---

<sup>2</sup> para performance pública, entende-se como, shows de músicas, recitais, atuações ou transmissões.

são as molas propulsoras de como a sociedade enxerga o mundo, e simultaneamente em que os direitos autorais estão na base de uma mudança econômica, na qual a economia da informação abarca as autorias, a cultura e a propriedade industrial por meio dos produtos de merchandising.

Servindo de base para a metodologia, análise de conteúdo, da francesa Laurence Bardin, discorre sobre o método em uso; para a autora, é um procedimento de análise das comunicações que em consequência de procedimentos sistemáticos e objetivos que ocorrem na descrição do conteúdo dos textos indicadores que comportam uma inferência de conhecimentos relativos a formação desses textos.

Diante disso, possuindo uma classificação exploratória, o presente artigo. Quanto aos objetivos, busca-se a partir do estudo e da avaliação das informações disponíveis esclarecer o presente, além de descrever o contexto histórico acerca do processo de formação do K-Pop e de como as crises econômicas influenciaram essa arte na Coreia do Sul.

## **2. BREVE HISTÓRIA DA COREIA**

A história da Coreia teve o seu início ainda no período Neolítico, com o estabelecimento de tribos da Sibéria e da Manchúria na península. Porém foi em 2333 A.C que surgiu o primeiro Estado coreano, a dinastia de Tangun. A dinastia chegou ao fim com a invasão dos chineses, o território foi dividido em três reinos: Goguryeo, Baekje e Silla (KOREAN CULTURAL CENTER, 2021).

Silla possuía um desenvolvimento mais lento em comparação aos outros reinos, mas conquistou territórios vizinhos de forma que os unificasse. Novos conflitos tornaram a dividir o reino até que o General Yi Seong-gye deu um golpe de Estado e derrubou a dinastia Goryeo. Durante a Dinastia Joseon (1392-1910), a Coreia vivia em paz e possuía uma estabilidade interna, com a política isolacionista ficou conhecida por “reino eremita” por parte dos europeus e americanos que encontraram, no século XIX, o país como um país isolado (ARMSTRONG, 2021).

Em 1910, o Japão anexou a Coreia como uma colônia e, por 25 anos, governou de maneira brutal e rigorosa. Durante o período colonial, as autoridades japonesas saquearam os recursos de Joseon, proibiram o uso da língua coreana – mesmo indo tão longe em 1939 a ponto de exigir que os coreanos mudassem seus nomes pessoais para sobrenomes ao estilo japonês e nomes dados sob a Ordem dos Nomes, e recrutaram coreanos para sua força de trabalho ou como soldados uniformizados na Guerra do Pacífico. Os coreanos se envolveram em lutas persistentes para recuperar sua independência. Eles organizaram numerosas



organizações clandestinas para combater os japoneses dentro do país, tais como Joseon National Sovereignty Restoration Group e The Korea Liberation Corps. Eles também estabeleceram bases para o movimento pela independência na China, Rússia e Estados Unidos e lideraram manifestações pacíficas sem precedentes.

Em março de 1919, os líderes coreanos anunciaram a Declaração de Independência. Estudantes e pessoas comuns encenaram manifestações de rua pelo país gritando seu lema: “Viva a Independência da Coreia!” O movimento se estendeu aos coreanos que resistiam na Manchúria, nas províncias marítimas da Sibéria, nos Estados Unidos, na Europa e até mesmo no Japão. Após o Movimento de 1º de março, foram estabelecidas organizações representando os coreanos em Seul, na Província Marítima da Sibéria e em Xangai. Destes, o Governo Provisório da República da Coreia, que foi estabelecido em Xangai, China, é o primeiro governo republicano democrático do país; foi equipado com uma Constituição moderna e um sistema político que separava os três ramos básicos (executivo, legislativo e judicial) de governo. Entretanto, o Japão também proporcionou o desenvolvimento industrial no país que o levou a ser o segundo país mais industrializado do continente asiático em 1945 com o fim do período colonial (ARMSTRONG, 2021).

Após a rendição do Japão na 2ª Guerra Mundial, houve a divisão da península da Coreia, uma ao norte (República Popular Democrática da Coreia) e outra ao Sul (República da Coreia) as quais foram ocupadas pela URSS e pelos EUA, respectivamente. Em 1947, a combinação da Guerra Fria entre a antiga URSS e os EUA e as diferenças políticas entre os coreanos, levou ao colapso das negociações sobre um governo unificado da Coreia.

Em junho de 1950, quando o exército de Kim Il-sung da República Popular Democrática da Coreia, após a permissão de Stalin, invadiu o território da República da Coreia com o pretexto de unificar a península à força, começou a Guerra das Coreias. O então Presidente dos Estados Unidos, Harry Truman, mandou tropas americanas para a defesa da Coreia do Sul além de recorrer à ONU com a intenção de ganhar apoio militar.

A Organização por meio do Conselho de Segurança dispõe na Resolução 89 que o Governo Sul-coreano foi baseado em eleições que exprimem a vontade do eleitorado daquela parte da Coreia e que essa era a única forma de governo na Coreia do Sul, além de, pedir para que as hostilidades fossem imediatamente cessadas. Ou seja, a República da Coreia foi formalmente estabelecida como uma democracia liberal, a qual herdou a legitimidade do Governo Provisório da República da Coreia.

*Rappelant les conclusions que l'Assemblée générale a formulées dans sa résolution 293 (IV) du 21 octobre 1949, à savoir que le Gouvernement de la République de Corée est un gouvernement légitime qui exerce effectivement son autorité et sa juridiction sur la partie de la Corée où la Commission temporaire des Nations Unies pour la Corée a été en mesure de procéder à des observations et à des consultations et dans laquelle réside la grande majorité de la population de la Corée; que ce gouvernement est né d'élections qui ont été l'expression valable de la libre volonté du corps électoral de cette partie de la Corée et qui ont été observées par la commission temporaire; et que ledit gouvernement est le seul qui, en Corée, possède cette qualité,*

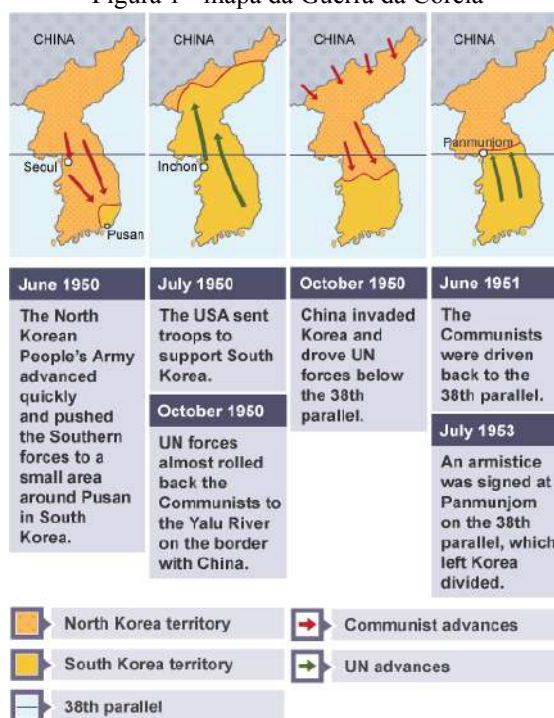
[...]

*Demande la cessation immédiate des hostilités;*

*Invite les autorités de la Corée du Nord à retirer immédiatement leurs forces armées sur le 38e parallèle; [...]* (ONU, 1950).<sup>3</sup>

Tropas da ONU, lideradas pelo general MacArthur, chegaram à península para conter a invasão da Coreia do Norte. Entretanto, a China auxiliou a Coreia do Norte até um pouco abaixo do paralelo 38.

Figura 1 - mapa da Guerra da Coreia



fonte: BBC UK/2021

<sup>3</sup> “O Conselho de Segurança,

Recordando as conclusões feitas pela Assembleia Geral em sua resolução 293 (IV), de 21 de outubro de 1949, a saber, que o Governo da República da Coreia é um governo legítimo que exerce efetivamente sua autoridade e jurisdição sobre a parte da Coreia, onde a Comissão Temporária das Nações Unidas para a Coreia pôde fazer observações e consultas e na qual reside a grande parte da população da Coreia; que esse governo nasceu de eleições que foram a expressão válida do livre arbítrio do Esta parte da Coreia e que foram observadas pela comissão temporária; e que o referido governo é o único na Coreia que tem esse status,

[...]

Solicita a cessação imediata das hostilidades;

Convida as autoridades da Coreia do Norte a retirar imediatamente suas forças armadas do paralelo 38; [...]" ONU, 1950”.

No ano de 1951, com a chegada de mais tropas das ONU, as tropas norte coreanos regressaram à divisão inicial. Já o ano de 1953 foi marcado pela assinatura do armistício entre ambas Coreias, estando divididas até os dias atuais.

### **3. HERE COMES THE K-SUN**

#### *3.1 REBRANDING DA NAÇÃO*

Após esses períodos conturbados, a Coreia do Sul, que chegou a ser um país mais pobre que o Níger, teve que iniciar tudo zero nos assuntos de política, economia e cultura nacional. Sob a ditadura de Park Chung-hee, entre 1960 e 1980, a industrialização promoveu o país ao status de Tigre Asiático devido à exportação de insumos tecnológicos.

Com o fim do período ditatorial estritamente protecionista, os Jogos Olímpicos sediados em Seul foram uma boa oportunidade de *rebranding*, já que os jogos estreitaram as relações com os outros países, fazendo com que a Coreia se tornasse um país globalizado. Entretanto, a entrada de produtos estrangeiros ainda era restrita, semelhante ao que acontece hoje na Coreia do Norte. No mesmo ano das Olimpíadas, o governo coreano liberou a entrada de filmes estrangeiros nos cinemas locais. Em 1994, o conteúdo audiovisual dominava mais de 80% do mercado.

O então governo criou em 1995 o Departamento da Indústria da Cultura ao notar que a indústria cultural é lucrativa. Como resposta dessa criação, as novelas coreanas ou K-dramas, reconquistaram o público nacional e o público chinês. Essa expansão para outros países, em específico a China, foi dado o nome de *Hallyu Wave*.

#### *3.2. HALLYU WAVE*

Meados dos anos de 1990 à 2000, os programas de TV da Coreia do Sul, conhecidos como drama, e a música ganharam popularidade em países asiáticos como a China e o Japão. Os dramas como “What is Love?” e “Winter Sonata” se tornaram muito populares e chamaram a atenção dos moradores locais na China e no Japão. Essa mania dramática logo se espalhou como fogo por grande parte da Ásia e até mesmo em lugares distantes como Oriente Médio e Europa. Mais tarde, o K-pop foi quem liderou esse fenômeno, no final dos anos 2000, devido ao avanço na tecnologia, além da chegada das mídias e redes sociais (Ghangariya; Kanozia, 2020).

Estudiosos categorizam a Hallyu por numerações, a exemplo Jin (2016) cita a *Hallyu 1.0* que seria a fase de 1990 a 2007, marcada pelas novelas; e a *Hallyu 2.0*. A “nova onda

coreana” surge por volta de 2007, trazendo como um papel fundamental a tecnologia e as mídias sociais que disseminam a cultura coreana, tendo como mídias mais disseminadas o Kpop e as animações.

A *Hallyu* 2.0 se desenvolveu junto a Web 2.0, enfatizando pontos como o “*User Generated Content*”, em outros termos, o conteúdo gerado pelos usuários comuns e não por produtoras. Sendo assim, possui um escopo global e foco na internet, utilizando-se de redes sociais como o *VLive* e o *Youtube* para a promoção de entretenimento.

Pode-se falar que o estopim da *Hallyu Wave* foi em 2012 com o vídeo viral de *Gangnam Style*(강남스타일) do cantor PSY (Figura 2), sendo o primeiro vídeo da plataforma do *Youtube* a atingir 1 bilhão de visualizações.

Figura 2 - Captura de tela do videoclipe de “Gangnam Style(강남스타일) do cantor PSY.



fonte: PSY/Youtube

Sendo assim, hoje, a *Hallyu* significa qualquer coisa que seja coreana, desde produtos da cultura popular coreana, como drama, música, filmes, até alimentos, cosméticos ou animações etc.. De certa forma, não seria errado dizer que a onda coreana é um tipo de tsunami cultural que varreu o mundo (Ghangariya; Kanozia, 2020). Ou seja, *Hallyu Wave* é um termo conveniente aos produtos culturais expostos ao público de fora da Coreia do Sul.

#### 4. KPOP – O MAIOR EXPOENTE DA CULTURA COREANA

Integrante do *Hallyu Wave*, a música popular coreana, ou apenas *K-Pop*, é um gênero musical originário da Coreia do Sul, as músicas desse gênero possuem uma ampla variedade de influências musicais, como o *jazz*, *rock*, *hip-hop* e eletrônico. Vale ressaltar que o termo “*K-pop*” surgiu na imprensa estrangeira, enquanto no país de origem os artistas desse gênero são chamados de *idols* groups, tendo como seu criador Lee Soo-man.

Ao morar nos Estados Unidos, entre 1979 e 1985, Lee entrou em contato com grandes produções musicais como Michael Jackson e Madonna e o *boom* dos videocliques. Em 1990, Hyun Jin-young estreou sob os investimentos do Lee Soo-man, entretanto a sua estética não foi muito bem vista pela sociedade coreana da época, devido ao conservadorismo musical que ainda existia.

A fórmula utilizada por Soo-man parecia ter sido vencida. Porém, em 1992, o trio Seo Taiji & Boys, que trocara as músicas patriotas por rap e dança coreografada, ganharam o público ao sofrerem críticas de jurados de um show de talentos, mesmo que tenham perdido a competição. As letras das suas músicas tratavam sobre dilemas presentes na adolescência, em decorrência disso, o trio se tornou uma febre musical entre os jovens sul-coreanos.

Com base nisso, Lee Soo-man transformou a imagem de Hyun Jin-young para algo semelhante ao do trio ao ver a demanda dos adolescentes. A tentativa do Lee deu certo, o segundo álbum do cantor fez um sucesso maior que o primeiro, porém, Hyun foi acusado de consumo e porte de maconha, crime esse que atualmente conta com uma lei antidrogas rigorosa na Coreia, fato esse que fez a sua carreira acabar.

Levando esse fato em conta, Lee teve o entendimento que um *idol* precisava ser moldado pelos produtores, não apenas as músicas ou a estética do mesmo, mas sua vida e personalidade em público. Com isso, criou a *S.M Entertainment*, considerada até hoje como uma das maiores empresas do gênero, uma empresa destinada a capitalizar os novos talentos do país.

É uma espécie de “fábrica de idols” na qual o artista é moldado por uma empresa para aparentar uma perfeição cobrada pela sociedade coreana antes de aparecer publicamente. Essa forma de moldar é composta por estágios, a exemplo, audições de dança, atuação e canto. Caso seja aceito pela empresa, o jovem passará por um longo e rígido período de treinos, dietas e poucas folgas ao mês. Diante disso, quando os produtores julgarem que o trainee está pronto, ele passará a integrar um grupo de *idols* ou seguirá carreira solo.

Em 1996, a *S.M Entertainment* lança o *boy group H.O.T*, porém devido a crise financeira que assolou países asiáticos em 1997, as empresas quebraram, sendo a SM uma das poucas empresas do ramo que sobreviveu. O Presidente Kim Dae Jung (1998-2003) utilizou da indústria do entretenimento para um progresso econômico e criou a Agência de Conteúdo Criativo da Coreia.

No início dos anos 2000, a cantora BoA, ou Kwon Bo-Ah, foi a primeira artista coreana a ser conhecida internacionalmente, fazendo sucesso em todo o continente asiático, em especial, no Japão. Sendo seguida por grupos femininos como *Girls' Generation* com o

sucesso “*Gee*” e 2NE1 com “*I’m the Best*”. É possível falar que o ápice do K-pop no ocidente foi em 2012, com *Gangnam Style* do PSY que acabou por se tornar um viral.

A evolução do K-pop culminou em uma das maiores sensações da Coreia do Sul: o *BTS*. Em maio de 2018, o álbum, parte de uma trilogia, “*Love Yourself: Tear*” debutou ocupando o primeiro lugar das paradas da *Billboard* estadunidense, em junho do mesmo, o grupo foi nomeado pela revista *Times* como umas das 25 pessoas que mais influenciam na internet. Seguindo o modelo similar adotado por *Seo Taiji Boys*, o grupo trata em suas canções sobre assuntos sérios como: pressão social, relacionamentos, saúde mental e política, além de se inspirar na filosofia Junguiana do psiquiatra suíço, Carl Jung.

Diante disso, esse gênero se tornou um dos meios mais eficientes para a economia sul coreana. O governo promove ativamente o *K-Pop* como parte de uma diligência para reorganizar toda a economia do País em direção à criatividade e longe do modelo anterior de produção em massa de produtos baratos, transformando-se em um país *Soft Power*, ou seja, um país que utiliza da cultura para o seu crescimento econômico.

Desta maneira, os direitos decorrentes da propriedade intelectual são caracterizados e reconhecidos por oportunizar uma exploração econômica de criações intelectuais, corroborando com a estimulação da contribuição dos autores para com os rendimentos da sua própria criação intelectual, a continuidade na arte de produzir e o progresso econômico do País. (Campos, 2021).

## 5. DE TIGRE ASIÁTICO AO PAÍS DO SOFT POWER

A Coreia do Sul, conhecida por ser integrante dos Tigres Asiáticos, que a partir dos anos de 1970, alcançou o desenvolvimento econômico e industrial acelerado. Diferentemente dos outros países que fazem parte dessa denominação (Hong Kong, Taiwan e Singapura) que utilizavam do IOE (Industrialização Orientada para a Exportação) como um modelo industrial, a Coreia do Sul, por sua vez, utilizou dos *chaebols*<sup>4</sup>, conglomerados industriais que são controlados e administrados por uma família, a exemplo: *Samsung*, *Hyundai* e *LG* (Masiero, 2003). Entretanto, a República da Coreia hoje é sinônimo de *K-Pop*.

Essa expansão do produto cultural sul-coreano é apoiada por estratégias públicas conhecidas como *soft power*. Como dito no capítulo anterior, no final dos anos 90, o governo sul-coreano criou políticas externas que acabaram por gerar um grande interesse cultural, de início continental e, após, global. Os grupos de *K-Pop* inspirados nas músicas ocidentais, mais precisamente norte-americana, começaram a emergir e o governo do ex-presidente Kim

---

<sup>4</sup> 재벌, em coreano.

Dae-Jung (Nobel da Paz em 2000) sancionou uma lei que destina 1% do orçamento à indústria cultural.

Segundo Joseph Nye (2004), o *soft power* “é a habilidade de conseguir o que você quer através da atração em vez de coerção ou pagamentos.”, ou seja, “surge da atratividade da cultura do país, dos ideais políticos e das políticas. Quando nossas políticas são vistas de forma legítima aos olhos de outros, nosso *soft power* (poder suave) é aprimorada”.

Ao contrário do *hard power* que tem raízes nas forças militares e econômicas e é uma maneira de execução mais tradicional, o *soft power* configura de forma indireta. A venda dos valores do país é o que atrai outros indivíduos que passam a admirar o estilo de vida, os produtos e a cultura.

Apesar do estudo de Nye ser voltado para os Estados Unidos, pode-se fazer referência ao atual momento econômico da Coreia do Sul. A música, o cinema e a televisão sul coreana rompem as barreiras dos idiomas e levam consigo o estilo de vida da sua sociedade. As produções cinematográficas e os seriados exibem lugares, personagens e atitudes que causam atração no espectador. Outro poder suave da Coreia é o *K-Pop*, empresas possuem *idols group* que devido a beleza dos integrantes, a música e a coreografia acabam por integrar à cultura local, dessa forma é responsável por determinar comportamentos e padrões de beleza (OURIVEIS, 2021).

A globalização, tratada por Nye como um dos fatores de extrema importância da execução de poder suave, quebrou barreiras econômicas, realizando assim uma intensificação de produtos importados no mercado global. Uma das faces da globalização é a globalização social que tem como conceito o que ocorre com a indústria musical coreana, ou seja, a sua abordagem demonstra como o *K-Pop* é um dos elementos responsáveis pela igualdade cultural do mundo (OURIVEIS, 2021).

Segundo Joffe (2006), o *soft power* não necessita de armas para a sua disseminação, mas sim da disseminação de informações disponibilizadas, no meio popular, em sites, redes sociais, música e seriados. Dessa forma, produtos produzidos no território coreano ajudam a espalhar a sua cultura e, junto a si, a globalização em conjunto com a revolução industrial. Por exemplo, com a difusão do *K-Pop* e dos dramas coreanos, gerou uma maior procura, por parte da população internacional, para aprender o idioma e a busca de programas de intercâmbio, que são grandes aliados na propagação do *soft power*.

Com a inserção gradativa do Pop Coreano se caracterizando no *soft power* devido a propagação da cultura, da educação e do idioma – o objetivo, enfim, é despertar a curiosidade dos fãs estrangeiros ou os influenciar. De certa forma, o *K-Pop* é a fórmula econômica.

Segundo os dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), o *K-Pop* foi o sétimo gênero musical mais ouvido nas plataformas de streaming, além de que elevou 17,9% da indústria musical sul-coreana.

O grupo Bangtan Sonyeondan (BTS), com três álbuns na lista dos dez mais ouvidos – *Map of the Soul: 7*, *BE* e *Map of the Soul: The Journey* – foi o artista que mais vendeu no ano de 2020, segundo o IFPI, e o primeiro grupo coreano a ficar no topo da lista. Arrecadando em 2018 mais de US\$ 3,6 bilhões, ou seja, R\$12 bilhões com a trilogia *Love Yourself* (GAUNA, 2019).

Além da música, o grupo influencia no turismo local, ainda mais, são responsáveis por cerca de US \$1 milhão em lucro com roupas, produtos alimentícios e cosméticos relacionados ao BTS. Portanto, é certo falar que a música, a dança e as habilidades dos *idols* fazem com que a cultura Sul Coreana e o progresso do país seja apresentado para o globo.

Essa abordagem da estratégia de soft power utilizada pela Coreia do Sul é um sucesso em reconhecimento da indústria cultural do país, bem como, em situações diplomáticas.

## **6. DA CULTURA TRADICIONAL A CULTURA POP**

A partir dessa exportação cultural, que é a Onda Coreana, normas e leis se combinam para criar um arcabouço legal para a proteção dos direitos decorrentes desse ato, a título de exemplo os direitos culturais e os direitos da propriedade intelectual. A sociedade Coreana tem orgulho da sua cultura, em destaque a sua cultura pop, decorrente do crescimento do *K-pop*, além de acreditarem que o nível da economia não está acima do nível cultural do país (BAE, 2013).

Segundo N'Daw (1970), os direitos culturais consistem no poder de manter, de refazer, desenvolver e difundir seus valores, ou seja, os indivíduos se ligam às condições econômicas e sociais. Já para Cunha (2000) são direitos culturais aqueles que estão relacionados às artes, à memória popular, sempre visando a dignidade da pessoa humana ao ter uma interferência no presente e no futuro.

Devido às transmissões da cultura de geração em geração sendo engrandecida por novos valores que o crescimento da cultura é visto como uma base para a aprimoração da humanidade e que faz parte da natureza humana por causa da característica psicológica que possui através da interiorização dos costumes marcados e organizados culturalmente de operar com informações (TRINDADE; SILVA, 2021).



Esse legado cultural extremamente vibrante da Coreia, que conforme com o artigo 2º, §1º, inciso 1, patrimônio cultural é definido como o patrimônio nacional, nacional ou mundial que possua um valor histórico ou artístico, categorizando essa última como um patrimônio cultural tangível, está inscrito na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO para a sua proteção e para que as futuras gerações consigam presenciar tal cultura (SONG, 2021), bem como disposto no art. 1º da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da UNESCO.

Artigo 1º – A diversidade cultural, patrimônio comum da humanidade. A cultura adquire formas diversas através do tempo e do espaço. Essa diversidade manifesta-se na originalidade e na pluralidade das identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é tão necessária para o gênero humano como a diversidade biológica o é para a natureza. Neste sentido, constitui o patrimônio comum da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras.

Com o apogeu do *K-pop* e para ampliar o acesso global a cultura coreana, foi criada a Campanha *Visit Korean Heritage*, Song (2021) dispõe que devido ao recente vídeo musical do *BTS Daechwita* e o filme *Minari*, os olhos da sociedade global se viraram para a cultura coreana e essa campanha irá aumentar o interesse na cultura tradicional do país, ocasionando assim o aumento do turismo e uma exploração econômica (SONG, 2021).

Como a inserção do *K-Pop* se caracteriza em uma estratégia do *soft power*. Tem como objetivo a disseminação da cultura e do idioma, com a finalidade de influenciar os fãs internacionais. Segundo Gauna (2019) “essas estratégias tiveram sucesso pelo fato de grandes empresas de entretenimento investirem na produção e promoção da música folclórica *K-pop* e de romances e filmes sul-coreanos, que se tornaram populares em todo o mundo”.

A cultura tradicional coreana está presente nos *MVs*, os videocliques, dos *idols*. Em “*Daechwita*”, lançada pelo Agust D em maio de 2020, tem como início a vocalização da frase “명금일하대취타” que significa “toque o gongo uma vez para começar *Daechwita*”. *Daechwita* é um estilo de música militar tradicional que remonta ao período no qual a Coreia era dividida em três reinos. A voz do sample utilizada no solo da sensação do *K-pop* é de Chung Jae-kuk, praticante do Patrimônio Cultural Imaterial nº 46, *Piri Jeongak* e *Daechwita* (ROCHA, 2020).

Figura 3: MV de *Daechwita* gravado no *Yongin Daejanggeum Park*



fonte: BigHit Music/2020

Além desse estilo militar, outros elementos tradicionais da cultura coreana foram incorporados à música. Em “Piri” do grupo feminino *DreamCatcher*, o rock se junta com a melodia da piri, uma flauta de bambu; Em “*Turtle Ship*” de Song Mino, além dos instrumentos tradicionais, tem-se um navio tartaruga projetado no século XVI pelo almirante Yi Sun-shin, usado para enfrentar os japoneses (ROCHA, 2019).

Com base nessa próspera cultura artística da Coreia do Sul alimentada pelo *K-pop*, pelas séries e filmes, o governo coreano incentiva um ambiente eficaz para a criação de músicas, filmes e outras criações para o uso da sociedade, aproveitando os ativos intangíveis por meio das estratégias produzidas pela Propriedade Intelectual (RIBEIRO; SILVEIRA, 2021).

## 7. A DIPLOMACIA DO K-POP

Devido a sua rápida expansão mundial, o *K-Pop* é, visivelmente, uma forte expressão cultural utilizada para a geopolítica. As cidades-natal dos *idols* promovem eventos e elaboram monumentos em sua homenagem, como em *Gwangju*, cidade natal do *J-Hope*, que junto com uma escola de artes criaram uma escultura honrando-o. A escultora “*Hope World*”, em relação a *mixtape* do *rapper*, possui 21,800 mensagens de fãs ao redor do mundo.

figura 4 - Estátua “*Hope World*” em *Gwangju*



fonte: @KpopArtSchool1/Twitter

A utilização dos artistas para o turismo local é bastante notável e acabou por se tornar em uma política internacional, o *soft power* como elemento de promoção da cultura pop se torna em um componente essencial para a diplomacia (VILLABERT, 2020). Em 2015, a ex-presidente Park Geun-hye, em visita ao Brasil, trouxe o grupo *Shinee* e integrantes *F(x)*, junto com a sua comitiva, pois era lema do governo a “economia criativa”<sup>5</sup> (LUIZA, 2021).

De certa forma, os presentes diplomáticos costumavam ser objetos luxuosos que possuíam como uso principal a retórica e o social, sendo a sua necessidade fundamentalmente política, ou seja, são presentes que representam a cultura de um determinado país. Mas a inovação do *soft power* trouxe a modernidade à Coreia do Sul (Appadurai in Neumann 2016, p. 116 *apud* Villabert, 2020).

Com o atual presidente, Moon Jae-in, em 2019, o grupo *EXO* presenteou o ex-presidente Trump e sua família com *CDs* autografados, em uma visita diplomática deste à Coreia do Sul. O presidente Moon, em visita à Indonésia, entregou como presente de casamento uma cópia autografada de *CD* do *EXO*, bem como um vídeo de parabenizações

---

<sup>5</sup> A economia criativa é a ideia de interligar a economia com a indústria criativa, tendo como matéria-prima o capital intelectual. De acordo com a Conferência da ONU sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) a economia criativa é: “[...] um conjunto de atividades econômicas fundamentadas na noção com uma dimensão de progresso e ligações transversais a níveis macro e micro à economia global.” (UNCTAD, 2010, p.10, tradução nossa).

feito pelo integrante do grupo *Shinee*, Minho (LUIZA, 2021). Os álbuns como presentes diplomáticos personifica o quão popular o *K-Pop* se tornou no país, reforçando o prestígio da Coreia.

Em 2018, o grupo BTS foi convidado a participar da Assembleia Geral das Nações Unidas, se tornando o primeiro grupo desse gênero musical a discursar na ONU. Os integrantes discursaram sobre o lançamento do programa “*Generation Unlimited*” (Geração sem Limites), sendo esse, uma parceria com a UNICEF com o objetivo de ampliar as oportunidades e os investimentos para crianças e para os jovens.

Esse gênero musical não apenas está presente nas relações internacionais, mas também influencia a Assembleia Nacional Coreana ao se falar de legislação, por exemplo a “Lei Goo Hara” e “Lei BTS”.

O projeto de lei “Lei Goo Hara” foi aprovado pela Assembleia em 2020, o qual busca impedir que pais que abandonam seus filhos venham a receber a parte de eventual herança como ascendente na linha de sucessão. O certame começou após a morte da cantora Goo Hara em novembro de 2019, quando a mãe biológica exigiu 50% de sua herança que acreditava ter o direito de possuir por ser sua mãe. Porém essa exigência gerou uma fúria da sociedade, pois, como fãs da cantora, sabiam que a mesma e seu irmão haviam sido criados pela tia e pela avó, já que a mãe os havia abandonado quando Hara tinha nove anos de idade e o pai, por trabalhar fora, não conseguia ver os filhos com frequência (ADAMS, 2020). Mesmo possuindo o direito de adquirir a herança, o pai desistiu da sua parte, deixando a parte que lhe era de direito para o seu filho e irmão da cantora, Goo Hoin.

A legislação coreana permitia aos pais biológicos fazer jus a reaver sua parte na herança independentemente de como tenha sido a criação dos filhos. Porém com a aprovação do projeto de lei, essa permissão não vigorará (ARARIPE, 2020).

A respeito da “Lei BTS”, como ficou conhecida popularmente, prevê o adiamento do serviço militar para os cantores do *K-Pop*. Como o alistamento ao serviço militar é obrigatório, os homens devem cumprir aproximadamente 18 meses no serviço militar antes dos 30 anos de idade (ARARIPE, 2020). A lei possui esse nome por ter tido como motivação o impacto do grupo *BTS* no mercado global.

O parlamento coreano, ao revisar a legislação sobre o serviço militar, entendeu que não apenas que os artistas clássicos e atletas que possuísem medalhas seriam detentores do direito de adiar o alistamento, como indivíduos que sobressaem na cultura e na arte popular. O parlamento acrescentou que para o adiamento ocorrer, os critérios específicos seriam decididos por meio de ordem presidencial (MOGUL, 2020).

Dessa forma, é possível depreender que a atuação dos *idols*, como parte da cultura e da economia, são mais relevantes ao país do que como militares.

## **8. PROPRIEDADE INTELECTUAL INTERLIGADA À ECONOMIA CRIATIVA**

A Coreia é um dos países mais inovadores do mundo, principalmente no tocante às criações relacionadas à tecnologia digital. O país adota altos padrões de proteção à propriedade intelectual, tanto no ordenamento jurídico interno, quanto nos acordos comerciais, utilizando, na maioria das vezes, dispositivos que vão além das obrigações de TRIPs na OMC.

O governo sul coreano argumenta que a proteção dos direitos de propriedade intelectual é significativo para que ocorra o acréscimo da competitividade da economia. Como dito anteriormente, a economia criativa utilizada pela Coreia do Sul desde 2013, está interligada aos direitos referentes à propriedade intelectual.

O KIPO (Escritório de Propriedade Intelectual Coreano) busca estimular o mercado de propriedade intelectual, além da criação de um ecossistema relacionado à mesma, no âmbito global, que seja favorável às empresas sul coreanas. Em suma, o KIPO procura determinar um ciclo sem fim que levará o apoio da competitividade da indústria, em especial a cultural, em decorrência da proteção, da utilização e da criação da propriedade intelectual.

O fenômeno coreano impulsionado pelas músicas, pelos filmes e dramas são indústrias impulsionadas pela Propriedade Intelectual não apenas proporcionando um bom entretenimento, mas gerando uma grande renda para o país (ABOU NAJA, 2021), além de ser o sexto maior mercado musical em 2020, segundo o *IFPI*.

A primeira música em língua inglesa da sensação global BTS, “*Dynamite*”, não apenas rendeu ao grupo o primeiro lugar na parada da *Billboard* americana, mas contribuiu na economia coreana com US \$1,43 bilhão. Segundo um estudo feito pelo Ministério da Cultura, Esportes e Turismo coreano, a receita gerada por essa música contribuiu com 7.980 novos empregos durante a pandemia da COVID-19 (ROH, 2020).

Ainda em 2020, a Coreia do Sul teve um saldo de US \$160 milhões em relação ao comércio de ativos referente à Propriedade Intelectual. Segundo o *Yonhap News Agency*, o país exportou, em 2019, US \$8,62 bilhões de conteúdos protegidos pelos Direitos Autorais (RIBEIRO; SILVEIRA, 2021).

A Propriedade Intelectual se apresenta na indústria cultural ao se tornar um produto de entretenimento valioso, em decorrência dos direitos autorais e das marcas registradas, como

exemplos. Quase todos os contratos desse ramo tratam de direitos da propriedade e do uso da propriedade intelectual; ao se tratar de *K-Pop*, as músicas, composições, coreografias etc. estão sujeitas aos direitos autorais, conforme artigo 4º, (1), 2 da Lei de Direitos Autorais. Com isso, nota-se como a ascensão do BTS e do *K-Pop* levariam a um certo crescimento na Economia de Propriedade Intelectual Sul Coreana (ABOU NAJA, 2021).

Artigo 4 (Exemplos de trabalhos)

- (1) Os seguintes devem ser os exemplos de trabalhos referidos nesta Lei:  
2. Trabalho Musical<sup>6</sup>

Em julho de 2021, o líder do grupo, RM, tinha 176 créditos na *Korean Music Copyright Association* (KOMCA), tornando-se o mais jovem e o segundo compositor mais creditado da associação. Além disso, estreou na parada de compositores *HOT 100* da *Billboard* em terceiro lugar, em dezembro de 2020 (SWEETING, 2021).

Além dos Direitos Autorais adquiridos pelas músicas e vídeos, as empresas de *K-pop* incentivaram seus resultados por meio do licenciamento de marcas registradas e pelos direitos autorais adquiridos em parcerias com outras marcas, com exemplo para esse licenciamento o BT21, resultado da parceria entre a *LINE FRIENDS CORPORATION*, *Maple Story* e o BTS (RIBEIRO; SILVEIRA, 2021).

Em 2018, a Big Hit obteve uma liminar contra o uso de imagens de seus artistas para fins comerciais. Sendo a primeira decisão sobre esse assunto, a Coreia do Sul reconheceu que são garantidos, às empresas, o direito de decidir quem poderá lucrar com o uso da imagem dos artistas (LEE, 2019). Foi uma decisão importante para a proteção dos direitos intelectuais dos artistas coreanos, ainda mais para o *K-Pop*, que é uma indústria movida por mercadorias (álbuns incluem livros de fotografias, pôsteres etc.).

Porém, no decorrer do processo, o Tribunal Coreano mantinha a posição de que as empresas de entretenimento não possuíam direitos de buscar por essa proteção legal já que não havia uma legislação específica para tal ato. Dessa forma, o escritório por trás da ação, Lee & Ko, desenvolveu uma base legal baseada na *Unfair Competition Prevention and Trade Secret Protection Act* (UCPA)<sup>7</sup>. A UCPA proíbe as ações que infrinjam os interesses econômicos de outra pessoa utilizando as realizações desse pessoal, que são os resultados de esforços e investimentos substanciais, sem a permissão para o lucro injusto, em evidente

---

<sup>6</sup> 제4조 (저작물의 예시 등)

①이 법에서 말하는 저작물을 예시하면 다음과 같다.

2. 음악저작물

<sup>7</sup> Lei de Prevenção da Concorrência Desleal e Proteção de Segredos Comerciais.

aproximação aos conceitos de *fair use*, bastante presentes nas legislações anglo-saxões. Ao utilizar essa legislação, os advogados afirmaram que o valor econômico do BTS corresponde à conquista da Big Hit resultante de anos de esforço e investimentos, além de enfatizar o fato da empresa planejar e administrar toda a carreira do grupo, desde a estréia marcada por boicotes até o sucesso global atual. Dessa forma, a venda de mercadorias não autorizadas se constituía em um ato de concorrência desleal, vedada em conformidade no artigo da UCPA, conforme artigo 2, 1, (LEE, 2019).

Artigo 2 (Definições): Os termos usados neste Ato devem ser definidos como as seguintes:

1. O termo “ato de concorrência desleal” significa os seguintes atos:
  - (a) O ato de causa confusão com os produtos de outra pessoa ao usar marcas idênticas ou similar, nome de outra pessoa, nome comercial, marca registrada ou recipiente ou embalagem de produtos, ou qualquer outra marca indicativa de um produto alheio, conhecido em toda a República da Coreia; ou vender, distribuir, importar, ou exportar mercadoria com tais marcas;<sup>8</sup>

As marcas e os direitos autorais são as formas interligadas à Propriedade Intelectual mais comumente utilizadas, porém não são as únicas e a HYBE, conglomerado de empresas da qual a Big Hit faz parte, está ciente. A empresa também aposta em patentes e desenhos industriais como forma de melhorar a experiência dos fãs por meio de produtos como *lightsticks* e *slide viewers*. Cada grupo possui um *lightstick* que representa a identidade do grupo.

figura 5: *lightstick* e *slide viewers*, respectivamente.

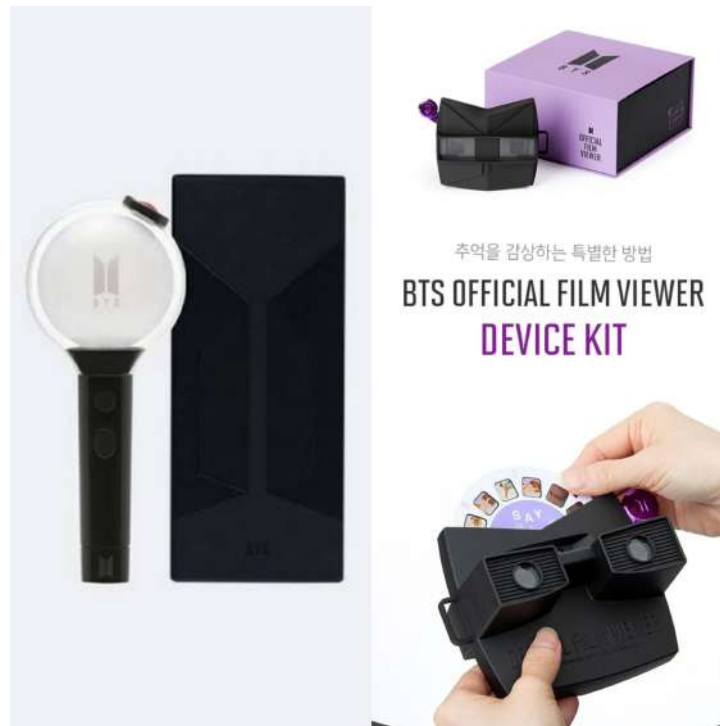
---

<sup>8</sup> 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <개정 2011. 12. 2., 2013. 7. 30., 2015. 1. 28., 2018. 4. 17., 2019. 1. 8.>

1. “부정경쟁행위”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.

가. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지(標識)와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포(頒布) 또는 수입·수출하여 타인의 상품과 혼동하게 하는 행위

나. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 표장(標章), 그 밖에 타인의 영업임을 표시하는 표지(상품 판매·서비스 제공방법 또는 간판·외관·



fonte: Big Hit/Weverse Shop

Em 2020, a HYBE Corporation obteve direito a três patentes da LG Electronics e Kimin Electronics, patentes essas relacionadas à sincronização de elementos de iluminação com as performances tanto em shows quanto em casa (RIBEIRO; SILVEIRA, 2021).

A SM Culture & Contents, empresa de talentos da SM Entertainment, investiu cerca de US \$6.769.798.400,00, em aquisições de Propriedade Intelectual em 2020 (SON, 2021). Além do investimento de empresas nacionais, a Coreia do Sul também está recebendo investimentos de empresas estrangeiras, como é o caso da Netflix e os dramas (RIBEIRO; SILVEIRA, 2021).

Diante disso, é notável que é devido a essas abordagens de proteção à Propriedade Intelectual que garantem o lugar do país como um forte estrategista e na área da PI em decorrência desse modelo de economia que é o *soft power*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de que a indústria musical coreana tem a propriedade intelectual, o direito cultural e os direitos políticos e econômicos como parte de seu arcabouço jurídico, garantindo-lhe uma proteção intelectual,



patrimonial e cultural, além de possuir relações com a economia e as relações políticas nacionais e internacionais.

Nota-se que, apesar dos artistas do pop coreano estarem mais relacionados ao lado cultural e econômico, acabam por influenciar a política interna com a criação de legislações relacionadas ao todo, ou em parte, com o gênero musical. Além disso, a presença nas relações internacionais por meio de participações em encontros presidenciais, na ONU e criações de projetos junto à UNICEF.

A estratégia de *Soft Power* é a utilização da cultura como meio de expansão econômica de um determinado país. No estudo é possível constatar como essa estratégia dialoga com a cultura e a propriedade intelectual, ao mesmo tempo que, utiliza a primeira para a divulgação global do país, vê-se necessário a presença do Direito da Propriedade Intelectual para a proteção das obras do intelecto advindas da indústria cultural.

O Direito Cultural está presente, por exemplo, na criação de campanhas como a *Visit Korean Heritage* ou na criação de rotas turísticas que atraiam os turistas para conhecer além da cultura pop, a cultura tradicional coreana.

A popularização do Pop Coreano exemplifica como estão sendo reconstruídas pela desterritorialização das produções simbólicas as fronteiras de um mundo globalizado, como exemplo dessa desterritorialização, a emissora estatal *KBS* realizou, no Brasil, o *Music Bank in Brazil*, dias antes da abertura da Copa do Mundo de Futebol em 2014 (LEAL e NETTO, 2016).

Os fluxos midiáticos e o mercado do entretenimento global contribuem para a formação de novos nichos no mercado de bens simbólicos. Ou seja, atividades que foram coordenadas por representações empresariais e diplomáticas da Coreia do Sul durante a Copa do Mundo de 2014, serviram para esclarecer os procedimentos de criação e ressignificação da identidade nacional em uma conjuntura de produção cultural desterritorializada (LEAL e NETTO, 2016).

Entretanto, a ampliação da indústria do entretenimento controlou os espaços das demonstrações culturais, seduzindo a identidade dos povos e influenciando a diversidade cultural. Todavia, a internet remodelou esse panorama, pois, acaba por proporcionar uma grande popularização cultural.

A OMPI (2008) salienta que a proteção dos direitos de autor é especialmente uma das modalidades de estímulo, engrandecimento e difusão do patrimônio cultural nacional. O incentivo de um país depende, em uma forma, da criatividade da população e do estímulo da criatividade individual, onde a disseminação é uma condição indispensável para o progresso.

É notável que a propriedade intelectual interage com a cultura, quando para a execução de um evento cultural, são criadas obras intelectuais, as quais são congruentes com a proteção pelas diversas modalidades do direito do autor, seja pelo cunho personalíssimo; ou pelos direitos patrimoniais, quando há a cessão de patentes de determinada obra do intelecto. Além do mais, é possível perceber a propriedade intelectual trabalhando junto ao direito de imagem ao não permitir o uso de imagens de artistas, interligados ao K-Pop, sem a devida permissão a fim de evitar a concorrência desleal.

De certa forma, a preservação da cultura e o desenvolvimento econômico ligado à sociedade e a sua cultura é uma conciliação para que haja a garantia de um retorno monetário que possibilite a divulgação da cultural e atraia, por exemplo, recursos financeiros ligados ao turismo midiático como na Coreia do Sul. Assim, são aplicados instrumentos como o incentivo ao turismo, o reconhecimento da propriedade intelectual e, ainda, o marketing cultural.

## REFERÊNCIAS

ADAMS, Skylar. **“Goo Hara Act” Has Officially Passed, Potentially Disqualifying Her Mother’s Access To Her Inheritance.** 2020. Disponível em: <https://www.koreaboo.com/news/goo-hara-act-officially-passed-disqualifying-mother-inheritance/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

ARARIPE, Paula Bastos. **“Lei Goo Hara” e “Lei BTS” aprovadas; Conheça outras leis com nome de Idols.** 2020. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2020/12/lei-goo-hara-e-lei-bts-aprovadas-conheca-outras-leis-com-nome-de-idols/>. Acesso em: 03 nov. 2021.

ARMSTRONG, Charles K.. **Korean History and Political Geography.** Disponível em: <https://asiasociety.org/education/korean-history-and-political-geography>. Acesso em: 15 set. 2021.

BAE, Ji-Sook. **Koreans take pride in cultural heritage, K-pop.** 2013. Disponível em: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20131218000881>. Acesso em: 09 jun. 2021.

BALDUCCI, Gustavo. **CHEGOU A HORA DE VOCÊ SABER O QUE É KPOP.** Disponível em: <https://gq.globo.com/Cultura/Musica/noticia/2019/04/chegou-hora-de-voce-saber-o-que-e-k-pop.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

CAMPOS, Carolina Lima de. **PROPRIEDADE INTELECTUAL NO CAMPO CULTURAL.** Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/maisdefinicoes/PROPRIEDADEINTELECTUAL.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo : Paz e Terra, 2000. v. 1.

CUNHA FILHO, Francisco Humberto. **DIREITOS CULTURAIS**. Disponível em: <http://direitosculturais.com.br/>. Acesso em: 10 abr. 2021.

GANGHARIYA, Garima; KANOZIA, Dr Rubal. PROLIFERATION OF HALLYU WAVE AND KOREAN POPULAR CULTURE ACROSS THE WORLD: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FROM 2000-2019. **Journal Of Content, Community & Communication**. Noida, p. 177-207. jun. 2020. Disponível em: [https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/june\\_14.pdf](https://www.amity.edu/gwalior/jccc/pdf/june_14.pdf). Acesso em: 20 out. 2021.

GAUNA, Micaela. **Coreia do Sul, de Tigre Asiático ao País do Soft Power**. 2019. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/arco/k-pop/>. Acesso em: 30 out. 2021.

JIN, Dal Yong. **New Korean Wave: Transnational cultural power in the age of social media**. Champaign: University Of Illinois Press, 2016.

KOREAN CULTURAL CENTER NEW YORK. **Korea Information - Culture and the Arts: unesco heritage in Korea**. UNESCO HERITAGE IN KOREA. Disponível em: <http://www.koreanculture.org/korea-information-culture-and-the-arts>. Acesso em: 11 jun. 2021.

LEAL, Luã Ferreira; NETTO, Michel Nicolau. IMAGENS DA COREIA DO SUL NO PRISMA DA MODERNIDADE-MUNDO: UM ESTUDO SOBRE O POP COREANO NO CONTEXTO DA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DE 2014. **Textos Escolhidos de Cultura e Artes Populares**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 93-113, mar. 2016. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/tecap/article/view/19646>. Acesso em: 10 jun. 2021.

LEE, Vera Eun Woo. **Lee & Ko successfully represents Big Hit Entertainment against unauthorized use of BTS' photos**. 2019. Disponível em: <https://www.leeko.com/news/recentBusinessCasesView.do?lang=EN&pageNo=1&pageSize=5&pageType=&searchCategoryno=&searchCondition=&searchCountry=&workHistoryNo=2119>. Acesso em: 30 out. 2021.

LUISA, Ingrid. **A Diplomacia do K-pop**. Disponível em: <https://super.abril.com.br/especiais/a-diplomacia-do-k-pop/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

MASIERO, Gilmar. As lições da Coréia do Sul. **Rae Executivo**, [s. l], v. 1, n. 2, p. 17-21, nov. 2002. Disponível em: <https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/1702.pdf>. Acesso em: 29 out. 2021.

MOGUL, Rhea. **K-pop group BTS can defer military service after South Korea passes new law**. 2020. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2020/12/02/asia/bts-military-exemption-intl-hnk-scli/index.html>. Acesso em: 03 nov. 2021.

NAJA, Abou. **K-pop band BTS Fuels South Korean IP Economy**. 2021. Disponível em: <https://abounaja.com/blogs/k-pop-bts-boost-south-korea-ip-economy>. Acesso em: 30 out. 2021.

N'DAW, Alessane. **Cultura universal e culturas nacionais**. In: UNESCO. Os direitos culturais como direitos do homem. Tradução de Mário Salgueirinho. Porto: Telos, 1970, p. 46-47.

NYE JUNIOR, Joseph Samuel. **Soft power: the means to success in world politics**. Nova Iorque: Publicaffairs, 2004.

OMPI. **Las creaciones artísticas y el derecho de autor. Guía de propiedad intelectual para jóvenes**. Publicación de la OMPI N° 935S. Edición de abril de 2008. Disponível em <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/mc/guiaOMPI/capitulos.html>. Acesso em: 07 nov. 2021.

OURIVEIS, Maíra. **SOFT POWER E INDÚSTRIA CULTURAL: A POLÍTICA EXTERNA NORTE-AMERICANA PRESENTE NO COTIDIANO DO INDIVÍDUO**. **Revista Acadêmica de Relações Internacionais**, [s. l], v. 2, n. 4, p. 168-196, set. 2013. Disponível em: [https://rari.paginas.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N\\_4-Vol.-II-Completa.pdf](https://rari.paginas.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N_4-Vol.-II-Completa.pdf). Acesso em: 30 out. 2021.

REPÚBLICA DA COREIA. **Cultural Heritage Protection Act**. Seul, Disponível em: [https://elaw.klri.re.kr/eng\\_service/lawView.do?hseq=33988&lang=ENG](https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=33988&lang=ENG). Acesso em: 10 jun. 2021.

REPÚBLICA DA COREIA. Lei nº 15823, de 16 de outubro de 2018. **Copyright Act**. Seoul, REPÚBLICA DA COREIA.

RIBEIRO, Ana Clara; SILVEIRA, Cliliri. **Fueled by BTS and K-pop, South Korea's IP Economy is Thriving**. 2021. Disponível em: <https://www.ipwatchdog.com/2021/04/16/fueled-bts-k-pop-south-koreas-ip-economy-thriving/id=132236/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

ROCHA, Rafaela Cardinale. **12 MÚSICAS DE K-POP QUE INCORPORAM ELEMENTOS DA CULTURA TRADICIONAL COREANA**. 2019. Disponível em: <https://www.koreapost.com.br/entretenimento/12-musicas-de-k-pop-que-incorporam-elementos-da-cultura-tradicional-coreana/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

ROCHA, Rafaela Cardinale. **O K-POP ESTÁ AMPLIANDO O HORIZONTE DA MÚSICA TRADICIONAL COREANA**. 2020. Disponível em: <https://www.koreapost.com.br/entretenimento/musica/o-k-pop-esta-ampliando-o-horizonte-da-musica-tradicional-coreana/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

ROH, Hyung-Suk. **BTS' latest single estimated to contribute US\$1.43 billion to S. Korean economy, study shows**. 2020. Disponível em: [https://www.hani.co.kr/arti/english\\_edition/e\\_business/961287.html](https://www.hani.co.kr/arti/english_edition/e_business/961287.html). Acesso em: 02 nov. 2021.

SON, Bong-Seok. **SM C&C “studio sales expected to be 22.5 billion won”**. 2021. Disponível em: [http://sports.khan.co.kr/entertainment/sk\\_index.html?art\\_id=202103231751003&sec\\_id=540201&pt=nv](http://sports.khan.co.kr/entertainment/sk_index.html?art_id=202103231751003&sec_id=540201&pt=nv). Acesso em: 03 nov. 2021.

SONG, Seung-Hyun. **’Visit Korean Heritage’ campaign back with global promotion project**. 2021. Disponível em: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210611000750>. Acesso em: 10 jun. 2021.

SWEETING, Tegan. **BTS’s RM Becomes The Youngest Most Credited Korean Artist According To KOMCA**. Disponível em: <https://www.koreaboo.com/news/bts-rm-becomes-youngest-credited-korean-artist-komca/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

TRINDADE, Rangel Oliveira; SILVA, Rodrigo Otávio Cruz e. **O DIREITO FUNDAMENTAL DE ACESSO À CULTURA E O COMPARTILHAMENTO DE ARQUIVOS AUTORAIS NO AMBIENTE DIGITAL**. Disponível em: [http://www.gedai.com.br/wp-content/uploads/2014/07/artigo\\_-\\_o\\_direito\\_fundamental\\_de\\_acesso\\_cultura\\_e\\_o\\_compartilhamento\\_de\\_arquivos\\_autorais\\_no\\_ambiente\\_digital-\\_1-1.pdf](http://www.gedai.com.br/wp-content/uploads/2014/07/artigo_-_o_direito_fundamental_de_acesso_cultura_e_o_compartilhamento_de_arquivos_autorais_no_ambiente_digital-_1-1.pdf). Acesso em: 09 jun. 2021

VILLABERT, Samatha. **The Role of K-Pop in International Relations**. 2020. Disponível em: <https://medium.com/revolutionaries/the-role-of-k-pop-in-international-relations-44d0b5a1e1ca>. Acesso em: 02 nov. 2021.