

**Universidade Federal do Rio de Janeiro
Escola de Belas Artes**

Julia Pinheiro

**Relações de poder no trabalho de Design:
capas de livros de ficção sul-coreana no Brasil**

Rio de Janeiro
2023

Julia Pinheiro

**Relações de poder nas práticas de design:
capas de livros coreanos no Brasil**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Comunicação
Visual Design, da Universidade Federal do
Rio de Janeiro.

Orientadora: Fabiana Heinrich

Rio de Janeiro


2023

Julia Pinheiro


Relações de poder no trabalho de Design: capas de livros de ficção sul-coreana no Brasil

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Visual Design.


Aprovado em: 10/07/2023

Documento assinado digitalmente
 FABIANA OLIVEIRA HEINRICH
Data: 26/07/2023 19:50:57-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Fabiana Oliveira Henrich (orientadora)
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente
 RAQUEL FERREIRA DA PONTE
Data: 27/07/2023 17:56:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Raquel Ferreira da Ponte
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente
 BIBIANA OLIVEIRA SERPA
Data: 28/07/2023 09:59:25-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Bibiana Oliveira Serpa
Rede Design e Opressão

CIP - Catalogação na Publicação

P654r Pinheiro, Julia
Relações de poder no trabalho de Design: capas de livros de ficção sul-coreana no Brasil / Julia Pinheiro. -- Rio de Janeiro, 2023.
79 f.

Orientadora: Fabiana Oliveira Heinrich.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design, 2023.

1. relações de poder. 2. análise social. 3. Hallyu. 4. mercado editorial. 5. Design de capa de livros. I. Heinrich, Fabiana Oliveira, orient. II. Título.

Agradecimentos

A gente não caminha sozinho, e tive a honra de dividir minha trajetória com pessoas incríveis. Assim, para combinar com minha jornada como estudante de CVD, meus agradecimentos serão igualmente extensos.

Pelo desenvolvimento da base necessária para minha formação enquanto ser humano agradeço a toda minha família, em especial minha mãe que acreditou no meu sonho de entrar na UFRJ quando eu já não tinha mais forças, à minha tia Cida que incentivou meu lado criativo com qualquer material artístico que ela pudesse me oferecer e minha tia Marize, responsável pelo meu amor por livros. Ao meu sobrinho Henrique, que me proporcionou momentos calorosos em dias difíceis.

Pelos momentos de acolhimento e risadas que tornam suportáveis as adversidades enfrentadas durante esses anos, agradeço aos meus amigos: Amanda, por ter vivido comigo fases de ânimo e de crises provocados por objetivos acadêmicos; Babi, por me lembrar de reservar momentos para gargalhar com os amigos; Débora, por me ensinar a abraçar a imprevisibilidade da vida sem culpa; Eric, por transformar os trabalhos mais maçantes em gargalhadas motivadas por pura descrença e cansaço; Gisela, por me fazer admirar desde cedo as possibilidades de se dedicar aos estudos; Raquel, por sempre me alertar de que cuidar de si mesma também é importante; Renata, por encorajar todos meus planos futuros sem me deixar esquecer de viver no presente; Elizabeth, Cris e Karine obrigada por serem presenças reconfortantes ao dividirmos salas de aula, experiências, trabalhos.

Por me ensinarem o potencial da união estudantil agradeço à equipe do DESIS Students, que em meio ao caos desenvolvemos projetos e encontros pela pura força do *acreditar*.

À minha orientadora Fabiana agradeço quatro vezes: pelo dedicado trabalho como coordenadora do curso que ajudou a promover melhorias para os estudantes de CVD; pela realização do LABCRIT, um raro espaço para refletir e trocar ideias; pelo projeto de pesquisa de Metodologias e Técnicas Projetuais Digitais, que me

introduziu ao trabalhoso, gratificante e agri-doce mundo da pesquisa acadêmica, e por fim, por ter acreditado, auxiliado, e lapidado o desenvolvimento deste trabalho.

Não mencionarei todos os professores que tive a honra de encontrar nessa faculdade e que influenciaram minha jornada enquanto estudante por saber que acabaria esquecendo alguns injustamente. Porém, cito especialmente as professoras Raquel e Bibiana, não só por terem aceitado contribuir com esta pesquisa participando da pré-banca, mas por terem levantado em sala de aula as primeiras faíscas responsáveis por acender curiosidades que culminaram na minha aproximação com os temas tratados aqui.

Agradeço imensamente à Beatriz Dórea, Marcelo Delamanha e Pedro Inoue por terem compartilhado comigo em entrevistas seu tempo, experiências, pensamentos e histórias sobre seus trabalhos de design de capa de livros que me ajudaram a compor esta pesquisa.

Por fim agradeço a todas as oportunidades, eventos e desventuras que ser uma estudante da UFRJ me possibilitou viver. Que este singelo trabalho seja uma pequena contribuição para compor o rico acervo desse curso que me deu alegrias e aflições com quase idêntica intensidade.

*"Quanto mais poderoso for o poder, mais silencioso
ele atuará."*

(Byung-Chul Han, O que é o poder)

Resumo

Este trabalho aborda como a Hallyu, ou onda coreana, fenômeno caracterizado pelo aumento da exportação cultural sul-coreana em níveis globais, é influenciada por forças hegemônicas de países anglo-saxões, como Estados Unidos e Reino Unido, quando a analisamos pela lente do mercado editorial brasileiro. Apesar dessa relação já ter sido evidenciada em pesquisas da área da linguística, nesse trabalho a expandimos para o campo da Cultura Visual, através da análise social de capas de livros de ficção sul-coreana no Brasil. Para isto, três principais áreas de fundamentação foram abordadas: como as relações de poder influenciam as constituições estruturais sociais brasileiras; como influências hegemônicas contribuíram para a própria institucionalização do Campo do Design no Brasil e, por fim, como o mercado editorial brasileiro é dominado pela língua inglesa não apenas em sua dimensão textual, mas também visual, através da influência nas capas de livros. Como resultado prático, desenvolvemos uma *jacket* simbólica para um livro vazio, provocando reflexões sobre implicações extra-estéticas em um projeto visual. Este estudo contribui para uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas culturais e do papel dos países anglófonos na recepção e produção de livros de ficção sul-coreana no Brasil.

Palavras-chave: relações de poder, análise social, Hallyu, mercado editorial, Design de capa de livros.

Abstract

This research addresses how the Hallyu, or Korean wave, a phenomenon characterized by the increase in South Korean cultural exports at global levels, is influenced by the hegemonic forces of Anglo-Saxon countries, such as the United States and the United Kingdom, when analyzed through the lens of the Brazilian publishing market. Although this relationship has already been evidenced in researches in the linguistics field, in this work we expand it to the field of Visual Culture, through the social analysis of South Korean fiction book covers in Brazil. For this, three main areas of reasoning were addressed: how power relations influence Brazilian social structures; how hegemonic influences affected the institutionalization of the Field of Design in Brazil and, finally, how the Brazilian publishing market is dominated by the English language not only in its textual dimension, but also visually, through the influence on book covers. As a practical result, we developed a symbolic jacket for an empty book, provoking thoughts about the extra-aesthetic involvement in a visual project. This study contributes to a deeper understanding of cultural dynamics and the role of English-speaking countries in the reception and production of South Korean fiction books in Brazil.

Key-words: power dynamics, social analysis, Hallyu, publishing market, book cover design

Lista de figuras

Figura 01 - Versões da capa de *Atos Humanos*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 02 - Versões da capa de *O Bom Filho*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 03 - Versões da capa de *Kim Jiyoung, Nascida em 1982*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 04 - Versões da capa de *Por favor, cuida da mamãe*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 05 - Versões da capa de *Nossas horas felizes*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 06 - Versões da capa de *Flor Negra*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 07 - Versões da capa de *A vegetariana*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 08 - Versões da capa de *Sete anos de escuridão*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 09 - Versões da capa de *Noite e dia desconhecidos*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 10 - Versões da capa de *Sukiyaki de domingo*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 11 - Versões da capa de *Castella*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 12 - Versões da capa de *Sobre minha filha*, especificando origem, título e ano de lançamento

Figura 13 - Algumas versões do livro *1984*, especificando a editora de cada uma

Figura 14 - *Morro dos Ventos Uivantes* desenvolvidas pela editora Antofágica: 1ª versão divulgada e a capa final

Figura 15 - Colagem elaborada

Figura 16 - Arquivo da jacket desenvolvida

Figura 17 - Jacket aplicada em *mockup* de livros

Lista de figuras usadas na colagem

Figura 01 - Bomba atômica de Nagasaki

Figura 02 - Morro da Providência no Rio de Janeiro, considerada a primeira favela brasileira

Figura 03 - Retorno à cidade de um proprietário de chacra, 1835, por Jean Baptiste Debret

Figura 04 - Igreja do Outeiro da Glória do Rio de Janeiro, que carrega o mesmo nome da primeira Igreja construída no Brasil, que não se encontra mais de pé.

Figura 05 - Palácio Nacional e Jardins de Queluz, em Portugal

Figura 06 - Paço Imperial de São Cristóvão, no Rio de Janeiro, casa da família real portuguesa no Brasil

Figura 07 - Primeira Missa no Brasil, 1861, por Victor Meirelles

Figura 08 - Mapa mundi antes da descoberta das Américas

Figura 09 - Desembarque de Pedro Álvares Cabral em Porto Seguro em 1500, 1922, por Oscar Pereira da Silva

Figura 10 - Obra sem título, 2019 por Ibã Huni Kuin

Figura 11 - Escola de Belas Artes de Paris

Figura 12 - Saara - Centro do Rio de Janeiro

Figura 13 - Rua em Paris com mesas na rua

Figura 14 - Negros no fundo do porão, 1835, por Johann Moritz Rugendas

Figura 15 - Militares desfilam armados em rua durante Segunda Guerra Mundial

Figura 16 - Placa de Hollywood em Los Angeles

Figura 17 - Propaganda estadunidense dos anos 50 de um aparelho de televisão

Figura 18 - Marilyn Monroe, atriz estadunidense ícone de Hollywood e um dos maiores ícones de beleza do século XX

Figura 19 - Audrey Hepburn, a primeira atriz a ganhar um Oscar, BAFTA e Globo de Ouro por uma mesma atuação

Figura 20 - E o vento levou, um dos clássicos do cinema estadunidense e vencedor de oito Oscars em 1940

Figura 21 - Estatueta do Óscar

Figura 22 - Forrest Gump, filme estadunidense que conquistou seis Oscars em 1995

Figura 23 - Titanic, filme estadunidense que chegou a liderar a lista de filmes com maior bilheteria do mundo e segue como filme que mais conquistou Oscars na história, com 11 estatuetas

Figura 24 - Avatar, filme estadunidense de maior bilheteria global da história

Figura 25 - Vingadores: Ultimato, filme estadunidense com segunda maior bilheteria global da história

Figura 26 - Jurassic World, filme estadunidense que representa um dos poucos filmes fora do universo Marvel no top 10 de maiores bilheterias globais

Figura 27 - Parasita, filme sul-coreano que fez história ao se tornar o primeiro filme não anglófono a ganhar o Oscar de melhor filme em 2020

Figura 28 - Stranger things, série estadunidense, uma das mais populares da Netflix

Figura 29 - Bridgerton, série de produtora estadunidense, uma das mais lucrativas da Netflix

Figura 30 - La casa de papel, série espanhola presente no top 10 de séries de maior sucesso da Netflix

Figura 31 - Round 6, série sul-coreana, considerada como a série mais lucrativa de todos os tempos da Netflix

Figura 32 - Pachinko, adaptação do best-seller escrito pela autora americano-coreana Min Jin Lee

Figura 33 - Uma advogada extraordinária, série sul-coreana, uma das produções mais populares na Netflix na época de seu lançamento (agosto de 2022)

Figura 34 - The Beatles, banda britânica que se tornou o grupo mais bem sucedido da era do rock

Figura 35 - Michael Jackson, cantor estadunidense considerado o rei do Pop

Figura 36 - Madonna, cantora estadunidense considerada a rainha do Pop

Figura 37 - Elvis Presley, cantor estadunidense considerado o Rei do Rock and Roll

Figura 38 - Backstreet Boys, grupo vocal masculino estadunidense fenômeno da música pop no final dos anos 90 início dos anos 200

Figura 39 - Spice Girls, grupo musical britânico de música pop fenômeno mundial do final dos anos 90

Figura 40 - Billie Eilish, cantora estadunidense com o posto de mais jovem a ganhar um Grammy, Oscar e Globo de Ouro

Figura 41 - Beyoncé, artista estadunidense que detém o recorde de maior quantidade de Grammys na história, com 28 estatuetas

Figura 42 - Taylor Swift, cantora estadunidense na segunda posição de artista mais ouvida no Spotify em 2022

Figura 43 - Anitta, primeira artista latina solo a atingir o top 1 do Spotify

Figura 44 - Bad Bunny, cantor porto-riquenho que lidera lista de artistas mais escutados no Spotify em 2022

Figura 45 - PSY, cantor sul-coreano que se tornou o primeiro artista com um video clipe a atingir 1 bilhão de visualizações no YouTube

Figura 46 - BTS, grupo musical sul-coreano com maior número de músicas a atingir o primeiro lugar na Billboard Hot 100 nos últimos 10 anos

Figura 47 - BTS discursando na Casa Branca sobre crimes de ódio contra asiáticos 2021

Figura 48 - BTS discursando no encontro de Metas para o Desenvolvimento Sustentável da Onu em 2021 representando a Coreia do Sul como diplomatas

Figura 49 - Baby Shark Dance, vídeo mais visto no YouTube

Figura 50 - Soldados Japoneses na ocupação da Coreia do Sul

Figura 51 - Retrato da Guerra da Coreia

Figura 52 - Na Coreia do Sul, famílias esperam do lado de fora da KBS com cartazes na esperança de serem convidados para o programa da emissora que visava encontrar familiares perdidos durante a Guerra da Coreia

Figura 53 - Pilha de livros

Figura 54 - Nelson Rockefeller, personalidade a frente do projeto da OCIAA

Figura 55 - Emily Brontë, escritora britânica

Figura 56 - William Shakespeare, escritor britânico

Figura 57 - Agatha Christie, escritora britânica

Figura 58 - Stephen King, escritor estadunidense

Figura 59 - George Orwell, escritor inglês nascido na Índia

Figura 60 - Clarice Lispector, escritora brasileira nascida na Ucrânia

Figura 61 - Paulo Coelho, escritor brasileiro

Figura 62 - J. R. R. Tolkien, escritor britânico

Figura 63 - Cao Xueqin, escritor chinês

Figura 64 - Taylor Jenkins Reid, escritora estadunidense

Figura 65 - Nora Roberts, escritora estadunidense

Figura 66 - J. K. Rowling, escritora britânica

Figura 67 - Colleen Hoover, escritora estadunidense

Figura 68 - Gabriel García Márquez, escritor colombiano

Figura 69 - Paulo Freire, educador e escritor brasileiro

Figura 70 - Sarah J. Mass, escritora estadunidense

Figura 71 - Han Kang, escritora coreana

Figura 72 - Cho Nam-joo, escritora coreana

Figura 73 - Min Jin Lee, escritora americana-coreana

Figura 74 - O melhor padrão de vida do mundo: placa de propaganda estadunidense em Louisville e em frente, fila de desempregados durante a crise de 1929

Figura 75 - Tio Sam

Figura 76 - Imagem de divulgação da Apple dos novos iMacs

Figura 77 - Cartaz de Toulouse-Lautrec

Figura 78 - Cartaz da Bauhaus

Figura 79 - Esteira de produção

Figura 80 - Espremedor de Laranja de Philippe Starck

Figura 81 - Infusor de Chá por Marianne Brandt

Figura 82 - Edifício Jorge Machado Moreira, casa da Escola de Belas Artes da UFRJ

Figura 83 - ESDI - Escola Superior de Desenho Industrial

Figura 84 - Escola de Ulm

Figura 85 - Escola de Arte Instituto de Chicago

Figura 86 - IAC - Instituto de Arte Contemporânea

Figura 87 - Bauhaus

Figura 88 - Senhora na liteira com dois homens escravizados, imagem feita na Bahia, em 1860, por um fotógrafo desconhecido.

Figura 89 - Corredor de esculturas no Museu Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro

Figura 90 - Academia Imperial de Belas Artes

Sumário

- 1. Introdução**
- 2. Catalogação de capas de ficção sul-coreana no Brasil**
- 3. Influências e relações de Poder**
 - 3.1. Poder brando e poder duro
 - 3.2. Globalização e hegemonia cultural na América Latina
 - 3.3. Estados Unidos: o outro imperial
 - 3.4. Europa: violência, encobrimento e colonialismo
 - 3.5. Coreia do Sul: quebra na divisão binária do poder
- 4. A institucionalização do Campo do Design no Brasil**
- 5. O livro como objeto cultural**
 - 5.1. Capas de livro e a construção de sentidos
 - 5.2. A atividade criativa em seu contexto social
 - 5.3. O desenvolvimento de capas brasileira dos livros de ficção sul-coreana
- 6. Contribuição: o que envolve o livro**
- 7. Considerações finais**
- 8. Bibliografia**

1. Introdução

Atualmente, o termo *soft power*, ou, como adotaremos neste trabalho, poder brando, cunhado por Joseph Nye (2004) nos anos 1990 pode ser facilmente encontrado em trabalhos e matérias que mencionam o aumento de exportação cultural da Coreia do Sul, a qual tem sido identificada como uma nova grande potência nesta área. Isso porque, mesmo com seu histórico colonial, graças à sua indústria cultural, a Coreia do Sul saiu de um Produto Interno Bruto per capita de 100 dólares em 1960 para 30.000 dólares em 2019 (KOFICE, 2019). Apesar de ser um fenômeno recente, tendo atingido níveis globais em meados dos anos 2000 (KOREA.NET, s.d.), o aumento da influência externa da cultura sul-coreana, chamada de Hallyu, ou onda coreana, também se faz presente em território brasileiro. Em 2020 o Brasil representava o 5º maior consumidor de K-pop do mundo (SIMMER, 2020), e durante a pandemia, tornou-se o 3º país do mundo que mais consumiu novelas coreanas. A onda coreana também trouxe números para o mercado literário, aumentando de dois títulos sul-coreanos adquiridos em 2020 para onze em 2021 (IM, 2022).

Apesar da força da Coreia do Sul, ela não está sozinha nas dinâmicas de trocas culturais em nível global. A geopolítica mundial é envolta de diversas disputas de poder que permeiam o desenvolvimento das relações entre culturas e entre países, e disputas muito mais antigas já estabeleceram influências mais profundas nas estruturas sociais brasileiras, como o colonialismo europeu e o imperialismo estadunidense. Esses processos se articularam, ramificaram-se e se mantiveram vivos.

Podemos perceber essas influências em diversos hábitos e práticas, inclusive no mercado de publicações, no qual originalmente escritos em inglês correspondem a mais da metade de todos os livros traduzidos no mundo. Esse cenário pode ser evidenciado no Brasil ao analisarmos a lista dos 20 livros de ficção mais vendidos no país nos últimos anos: constatamos que ela é composta majoritariamente por obras escritas em inglês (PUBLISHNEWS, 2022). Ji Yun Kim (2022), professora de língua e literatura coreana na USP, enfatiza ainda essa relação com países anglo-saxões ao afirmar como "o mundo da tradução é dominado pela língua

inglesa, independentemente de onde vem a obra", e pontua ainda como a tradução dos livros coreanos acaba sofrendo a influência das decisões tomadas na tradução para inglês.

Assim, mesmo com a Coreia do Sul sendo considerada uma potência em poder brando, essa cultura acaba sofrendo o intermédio da língua inglesa para sua tradução verbal no mercado editorial. O comentário feito pela professora é pauta de muita discussão no meio linguístico, conforme observado durante o I Simpósio de Literatura Coreana (2022), e dos diversos questionamentos provocados pelos diversos trabalhos. Uma pergunta que podemos destacar é: como a influência de países anglófonos interfere no trabalho do tradutor e, portanto, na recepção daquela obra?

A partir dos estudos e do depoimento de Kim (2022) que evidenciam a presença dos países anglo-saxões no intermédio com a cultura coreana na tradução verbal de livros, percebemos que não existem trabalhos que abordem esse debate no campo da imagem, mais especificamente no Design de capas de livros. Ao colocar as capas das edições brasileiras lado-a-lado com as capas das edições anglo-saxãs e coreanas, fica evidente a influência dos países falantes de inglês, conforme visualizamos nos exemplos abaixo (Figuras 01, 02 e 03):

Figura 01

Versões da capa de *Atos Humanos*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Inglaterra	Brasil
				
소년이 온다 - 2014	Human Acts Portobello Books 2016	Human Acts Hogarth Press 2016	Human Acts Portobello Books 2016	Atos Humanos Todavia 2021

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltkorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 02

Versões da capa de *O Bom Filho*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil
			
종의 기원 은행나무 2016	The good son Little, Brown Book Group 2018	The good son Penguin Books 2018	O bom filho Todavía 2019

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 03

Versões da capa de *Kim Jiyoung, Nascida em 1982*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Reino Unido	Brasil
				
82년생 김지영 민음사 2016	Kim Jiyoung, Born 1982 Simon & Schuster 2020	Kim Jiyoung, Born 1982 Liveright 2020	Kim Jiyoung, Born 1982 Scribner 2020	Kim Jiyoung, Nascida em 1982 Intrínseca 2022

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Desta forma e trazendo para o Campo do Design, podemos questionar: como a influência dos países falantes de inglês interfere no trabalho do designer editorial e, portanto, no projeto visual do livro — sobretudo na definição das capas?

Pretendemos, portanto, com este trabalho, analisar e discutir as influências extra-estéticas¹ que afligem o trabalho de desenvolvimento de capas de livros coreanos no Brasil, considerando uma abordagem crítica a partir de autores como Nye (2004), Wolff (1982), Morinaka (2019), Ryoo (2009), Shim (2019, 2011), Yoon (2017), Hall (2003), Heinrich (2016), Appadurai (2023), Canclini (2014), Mignolo (2003), com o objetivo de questionar a naturalização de formas de se pensar e de se produzir. Além disso, a partir dos temas abordados ao longo do trabalho foi desenvolvida como parte prática uma *jacket* para encapar um livro vazio, simbolizando visualmente e literalmente o estudo desenvolvido, além de provocar a reflexão sobre o que envolve o livro.

A pesquisa teve como etapa inicial uma catalogação das capas de livros de ficção sul coreanos no Brasil para confirmar a hipótese inicial da autora, seguindo por uma varredura bibliográfica que buscou contextualizar as influências que ajudaram a construir as estruturas sociais em que a prática de Design está inserida no Brasil. Realizamos ainda entrevistas com alguns responsáveis pelas capas identificadas no trabalho, com o objetivo de identificar fatores extra-Campo determinantes nos seus processos criativos e como eles se relacionam com nossas conjunturas estruturais. As discussões e achados do trabalho são apresentados a seguir.

¹ Entendemos fatores extra-campo como homólogos ao conceito de fatores extra-estéticos, usados por Wolff (1982, p. 18) para referir-se aos fatores fora do Campo da Arte – como fatores financeiros, tecnológicos, políticos – que interferem na sua prática, que muitas vezes é pensada de forma dissociada do seu meio social.

2. Catalogação de capas de ficção sul-coreana no Brasil

Como pontua Thompson (2012, p.10) cada campo editorial tem a sua particularidade. Portanto, é impossível aplicarmos uma mesma discussão a todos os campos de publicação de forma indiscriminada. Assim, recortamos nossa pesquisa no nicho de literatura de ficção sul-coreana. O recorte foi feito a partir da percepção primária e da proximidade da autora com este gênero literário. Além disso, dados do relatório anual disponibilizados pelo Literature Translation Institute of Korea (2023) demonstram que, enquanto o total de publicações coreanas financiado pela instituição no mundo chega a marca de 1.853, presentes em 44 países, o gênero de ficção corresponde a 60% desse total. Esses números demonstram a importância desse gênero para a expansão da literatura sul-coreana no mundo e ampara a nossa decisão de recorte.

Um outro recorte que permeia esta pesquisa é delimitá-la a livros originalmente publicados na Coreia do Sul. Essa distinção é importante, visto que analisamos aqui o intermédio de países anglo-saxões como influentes no desenvolvimento de capas de livros originalmente sul-coreanos. Portanto, desconsideramos aqui publicações de ficção sobre a Coreia do Sul ou escritas por autores sul-coreanos publicadas primeiramente em países anglo-saxões, como é o caso do best-seller Pachinko (2017).







A partir da delimitação do nosso campo de pesquisa, utilizamos o site Digital Library of Korean Literature, uma plataforma online ligada ao governo sul-coreano, que oferece recursos multi linguísticos referente à literatura coreana, como a ficha bibliográfica de todos os livros traduzidos para outras línguas a partir do coreano, fonte primária dos dados apresentados à seguir. No período de realização da pesquisa, entre outubro e novembro de 2022, foram identificadas 13 capas de obras de ficção sul-coreanas no Brasil, 12 títulos, um deles possuindo duas edições com capas diferentes. Reunimos as seguintes informações sobre as obras encontradas: país de origem, capa, tradutor, quantidade de traduções, título, ano de publicação, editora e os designers responsáveis pelo desenvolvimento das capas brasileiras.

As capas catalogadas foram divididas em quatro categorias comparativas aos países anglo-saxões, Estados Unidos e Reino Unido: 1) adaptações de versões anglo-saxãs; 2) capas com elementos próximos à versão anglo-saxãs, considerando como fatores de similaridade cor, disposição de elementos e signos gráficos; 3) diferentes das versões anglo-saxãs, mesmo com ano de publicação posterior à esses países; 4) sem possibilidade de traçar influências anglo-saxãs, por não terem sido publicadas nesses países, ou tendo sua publicação brasileira anterior a deles.

Considerando esta categorização, identificamos três capas, correspondentes a 23% do total, como adaptações diretas de suas versões anglo-saxãs, que foram publicadas por diferentes editoras (Figuras 04, 05 e 06). As publicações brasileiras de *Por favor, cuide da mamãe* (Figura 04) e *Nossas horas felizes* (Figura 05) não creditam nenhum profissional como responsável pela capa, enquanto que em *Kim Jiyoung, nascida em 1982* (2022) a profissional Laísa Andrade é creditada como "adaptação de capa". As obras *Por favor, cuide da mamãe* (Figura 04) e *Kim Jiyoung, nascida em 1982* (Figura 03, repetida abaixo) foram publicados pela mesma editora, a Intrínseca, que, segundo comentado por Daniel Lameira em seu curso *A vida do livro* (2022), é conhecida por ter o costume de não desenvolver capas próprias e se utilizar das capas originais. Essa percepção torna curiosa a escolha de não utilizar as capas originais coreanas, seguindo o padrão da editora, e sim seguir as capas anglo-saxãs.

Figura 04

Versões da capa de *Por favor, cuide da mamãe*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Estados Unidos	Brasil	Reino Unido
					
엄마를 부탁해 창비 2008	Please look after mother Weindenfeld & Nicolson 2011	Please look after mom Alfred A. Knopf 2011	Please look after mom Vintage Books 2012	Por favor, cuide da mamãe Intrínseca 2012	Please look after mother Weindenfeld & Nicolson 2022

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 05

Versões da capa de *Nossas horas felizes*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil
우리들의 행복한 시간 Writer와 비평 2006	Our happy time Short Books 2014	Our happy time Atria Books 2014	Nossas horas felizes Record 2017

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 03

Versões da capa de *Kim Jiyoung, nascida em 1982*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Reino Unido	Brasil
82년생 김지영 민음사 2016	Kim Jiyoung, Born 1982 Simon & Schuster 2020	Kim Jiyoung, Born 1982 Liveright 2020	Kim Jiyoung, Born 1982 Scribner 2020	Kim Jiyoung, Nascida Em 1982 Intrínseca 2022

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Quatro capas foram identificadas como possuindo elementos próximos às suas versões anglo-saxãs, representando 31% do total (Figuras 7, 8, 9 e 10). Como

elementos próximos consideramos aqui cores, disposição de componentes e usos de signos gráficos. Colocando as capas brasileiras nessa categoria não buscamos considerá-las cópias ou não originais. Porém, por mais que essas capas apresentadas possuam seu próprio estilo e individualidade, o uso de elementos em comum presentes nas versões anglo-saxãs são indiscutíveis, e ficam ainda mais evidentes quando em contrapartida a essa aproximação, observamos um claro afastamento em termos estéticos com as capas originais.

A capa brasileira de *Flor Negra* (Figura 06), desenvolvida por Alan Maia, possui uma paleta de cor quente, predominantemente amarela, e possui signos gráficos referentes a plantas assim como a versão estadunidense, em contraponto à capa original que possui uma paleta fria e é predominantemente tipográfica e abstrata.

Figura 06

Versões da capa de *Flor Negra*, especificando origem, título e ano de lançamento



Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

A obra *A vegetariana* (Figura 07) teve duas versões de capa brasileira. A primeira, publicada em 2013 pela editora Devir Livraria, não possui profissional creditado no desenvolvimento da capa. Esta versão se enquadra na terceira categoria de catalogação, referente a capas que não possuem aproximação visual à suas versões anglo-saxãs. Neste caso, podemos inclusive identificar elementos que a aproximam da capa original sul-coreana, como uma área limpa em branco e a

presença da cor verde e elementos associados à árvore. O livro acabou tendo um relançamento no Brasil em 2018, a partir da repercussão da obra no cenário mundial após ter recebido o prêmio Man Booker International Prize em 2016. Sua nova versão foi publicada por outra editora, a Todavia, com uma nova tradução e capa desenvolvida pelo designer Pedro Inoue. A capa brasileira possui elementos próximos à versão do Reino Unido publicada em 2016, como o uso das cores vermelho e preto, a centralização de um elemento sob um fundo de cor chapado, a centralização do título e o uso simbólico de plantas entremeadas com signos humanos – no caso brasileiro um órgão, e no caso do Reino Unido, um busto.

Figura 07

Versões da capa de *A vegetariana*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Brasil	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido	Estados Unidos
					
채식주의자 창비 2007	A Vegetariana Devir Livraria 2013	The Vegetarian Portobello Books 2015	The Vegetarian Portobello Books 2015	The Vegetarian Hogarth Press 2016	A Vegetariana Todavia 2018

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

As duas outras capas que se enquadram nesta categoria também foram publicadas pela Todavia, e ambas não seguem a tradução dos títulos originais.

A capa d'*O bom filho* (Figura 02, repetida abaixo), desenvolvida também por Pedro Inoue, possui assim como sua versão estadunidense a presença da silhueta de um rosto de perfil e o uso do vermelho, preto e um tom creme. Seu título em coreano, *총의 기원*, traduz-se, conforme escrito em inglês na própria capa original da obra, como *A origem das espécies*² (tradução nossa), mas em português, assim como em outros idiomas, acabou seguindo o título adotado em inglês, *The Good Son*, que foi

² The origin of Species

publicado em 2018, mesmo ano das edições francesa e chinesa, configurando as primeiras traduções dessa obra.

Figura 02

Versões da capa de *O bom filho*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Brasil
종의 기원 은행나무 2016	The good son Little, Brown Book Group 2018	The good son Penguin Books 2018	O bom filho Todavia 2019

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Atos Humanos (Figura 01, repetida abaixo) foi o segundo livro da autora Han Kang, que escreveu também *A vegetariana*, publicado no Brasil, com capa desenvolvida por Marcelo Delamanha. Assim como a versão estadunidense, a versão brasileira possui uma parte do corpo humano associada a um animal com habilidade de voar centralizada sob um fundo amarelo e posicionados entre o título e o nome da autora. O título dessa obra, assim como todo o processo de tradução, foi muito orientado pela sua tradução para o inglês ao invés do original coreano, conforme comentado pela própria tradutora, Ji Yun Kim, em entrevista cedida para revista Sartel (KIM, 2022). O título original da obra, *소년이 온다*, seria algo como *Lá vem o menino*, segundo a tradutora e professora da USP Yun Jung Im (2022).

Figura 01

Versões da capa de *Atos humanos*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Reino Unido	Estados Unidos	Inglaterra	Brasil
				
소년이 온다 - 2014	Human Acts Portobello Books 2016	Human Acts Hogarth Press 2016	Human Acts Portobello Books 2016	Atos Humanos Todavia 2021

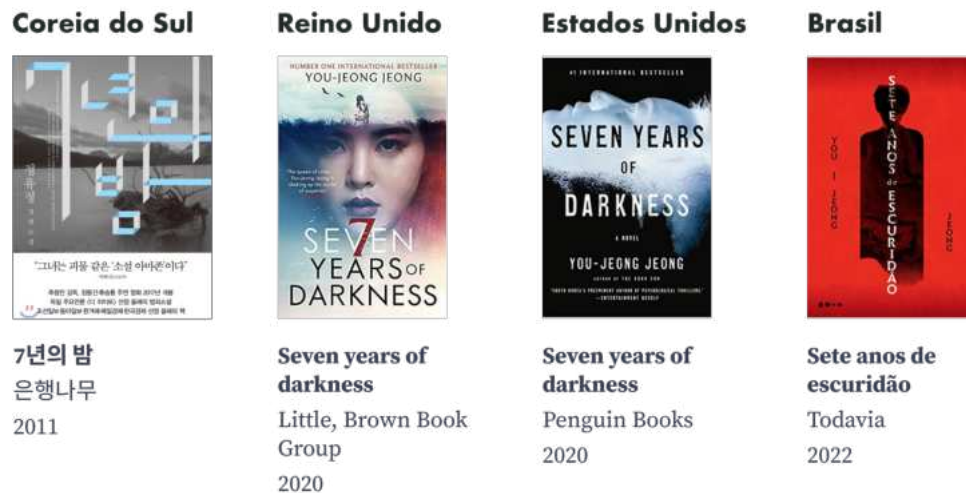
Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <<https://library.ltikorea.or.kr>>. Acesso em outubro de 2022.

Duas capas foram consideradas esteticamente distantes de suas versões anglo-saxãs, usando os mesmos parâmetros para caracterizar as capas consideradas próximas, representando 15% do total analisado (Figuras 09 e 10).

Sete anos de escuridão (Figura 08), publicado pela Todavia e com capa desenvolvida também por Pedro Inoue, possui uma silhueta humanoide em preto centralizada em um fundo vermelho, se distanciando das outras versões apresentadas no trabalho, que possuem em comum o uso da cor azul, por exemplo. O título na versão brasileira apresenta-se centralizado e orientado verticalmente, uma orientação de texto dificilmente adotada no ocidente.

Figura 08

Versões da capa de *Sete anos de escuridão*, especificando origem, título e ano de lançamento

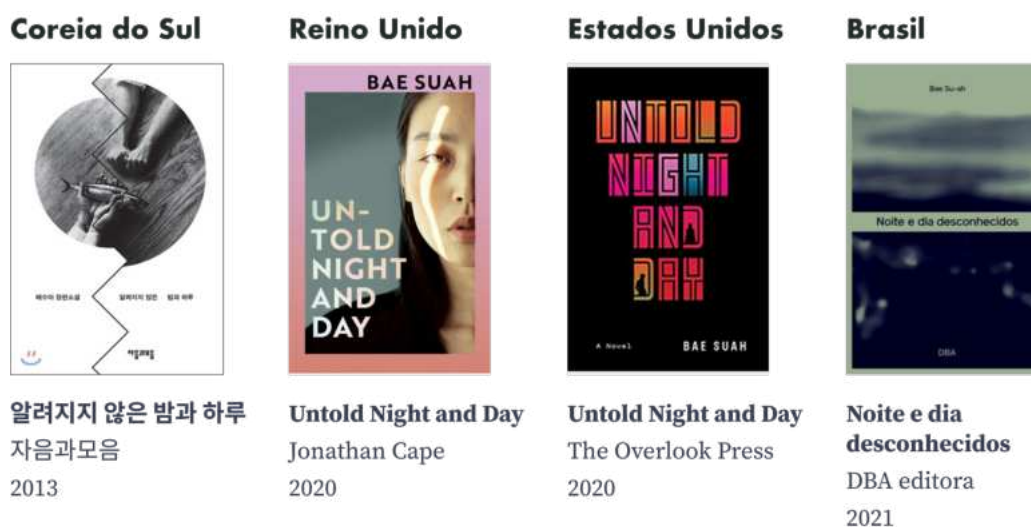


Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Noite e dia desconhecidos (Figura 09) publicado pela editora DBA teve a capa desenvolvida por Beatriz Dórea. Essa obra possui capas bastante variadas em estilo e cores. A capa original é predominantemente branca com uma fotografia que apresenta figuras mãos em seu centro. No Reino Unido a capa traz uma fotografia apresentando a face de figura humana emoldurada por uma faixa de cor em tons rosa e alaranjado. A capa estadunidense apesar de trazer tons de rosa e laranja assim como a versão do Reino Unido, tem proposta bem diferente, com cores mais fortes, sob um fundo preto e se configurando como uma capa tipográfica. No Brasil, a capa duotone traz imagens embaçadas em tom azul escuro sob um fundo cinza esverdeado claro com título centralizado em uma faixa que divide ao meio a capa.

Figura 09

Versões da capa de *Noite e dia desconhecidos*, especificando origem, título e ano de lançamento



Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

Quatro capas, representando 31% do total, foram publicadas no Brasil sem a influência de países anglo-saxões por questões práticas especificadas caso a caso a seguir.

A capa da versão de 2013 de *A Vegetariana* (Figura 07) foi publicada no Brasil antes da existência de uma publicação em inglês, portanto, desenvolvida sem esse referencial. Já *Sukiyaki de domingo* (Figura 10), capa sem profissional creditado, e *Castella* (Figura 11), capa desenvolvida por Ing Lee, não possuem publicações em inglês até o momento de desenvolvimento deste trabalho. Quanto à *Sobre minha filha* (Figura 12), ilustrada pela artista portuguesa Susa Monteiro, não é possível traçar influência das publicações dos países anglo-saxões no desenvolvimento da capa brasileira, visto que foram todas publicadas no mesmo ano.

Figura 10

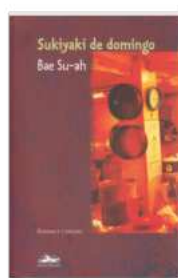
Versões da capa de *Sukiyaki de domingo*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul



일요일 스키야키 식당
문학과지성사
2003

Brasil



Sukiyaki de domingo
Estação Liberdade
2014

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em:
<<https://library.ltikorea.or.kr>>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 11

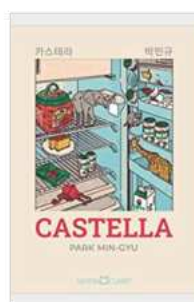
Versões da capa de *Castella*, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul



카스테라
문학동네
2005

Brasil



Castella
Martin Claret
2022

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em:
<<https://library.ltikorea.or.kr>>. Acesso em outubro de 2022.

Figura 12

Versões da capa de Sobre minha filha, especificando origem, título e ano de lançamento

Coreia do Sul	Estados Unidos	Reino Unido	Brasil
			
딸에 대하여	Concerning my daughter	Concerning my daughter	Sobre minha filha
2017	Restless Books	Pan Macmillan	Fósforo
	2022	2022	2022

Fonte: Compilação da autora com base em Digital Library of Korean Literature. Disponível em: <https://library.ltikorea.or.kr>. Acesso em outubro de 2022.

A pesquisa e catalogação das capas brasileiras de livros de ficção sul coreana trouxeram dados quantitativos que confirmaram a percepção da autora de proximidade estética entre as capas anglo-saxãs e brasileiras. Simplificando a categorização estabelecida das capas apresentadas, identificamos que 54% das capas brasileiras possuem similaridades visuais com as capas anglo-saxônicas. Se considerarmos apenas as capas que foram desenvolvidas após suas publicações em inglês, ou seja, desconsiderando as quatro capas apresentadas na última categorização (Figuras 07, 11, 12 e 13), que não tiveram influência por questões arbitrárias, esse número sobe para 78% das capas.

A categorização dessas capas não objetiva o julgamento de valores estéticos ou semânticos acerca de seus resultados finais. A aproximação ou distanciamento de outras versões não desqualifica, descaracteriza ou desvalida o potencial criativo e laborativo presente no desenvolvimento das capas apresentadas. Não assumimos que exista uma forma correta de se criar capas de livros, e reconhecemos que esta prática envolve muitos profissionais além do designer, foco deste trabalho. Porém, identificamos a importância de desnaturalizar e evidenciar as influências que permeiam o mercado literário e de Design de capa de livros. A partir de Janet Wolff

(1982, p. 23), vemos a investigação de influências externas ao Campo como forma de reconhecer a localização de práticas laborativas, inclusive a criativa, nas estruturas sociais. Portanto, a seguir, propomos uma contextualização de forma a identificar alguns dos fatores extra-estéticos que permeiam a construção das condições estruturais que determinam a prática do designer no Brasil — em especial nesse trabalho, a partir do recorte do mercado editorial.

3. Influências e relações de poder

Poder e influência são conceitos intrinsecamente relacionados: de acordo com o dicionário Oxford Languages (2023), influência é a "ação de um agente físico sobre alguém ou alguma coisa, suscitando-lhe modificações"; enquanto poder é "a capacidade ou habilidade de direcionar ou *influenciar* o comportamento de outros ou o curso de eventos" (grifo nosso). Portanto, quando falamos de disputas de poder que permearam a história do mundo, também estamos falando de influências. Fontes de poder que países e instituições detêm estão diretamente ligadas à sua capacidade de influência, que pode se manifestar das formas mais sutis — como através de produtos culturais — às mais brutais — como através da violência bélica —, além de serem mutáveis, uma vez que variam de acordo com o contexto econômico e político do tempo-espaço no qual existem.

Ao longo dos anos diversos autores abordaram em suas obras como o poder e a influência se articulam para determinar cursos históricos, como Joseph Nye (2004), Hommi K. Bhabha (2004), Walter D. Mignolo (2003), Arjun Appadurai (1996), Stuart Hall (1991) e Néstor García Canclini (2014). Apesar das diferentes propostas, classificações e discussões sobre fontes de poder, é de consentimento comum que relações de influência entre países e instituições são determinantes para se compreender de forma mais ampla a configuração econômica, geopolítica e cultural do mundo.

3.1 Poder Brando e Poder Duro

Joseph Nye (2004, p. 7) diz que o poder é como o tempo: "todo mundo depende e fala sobre ele, mas poucos o entendem." A efetividade de uma fonte de poder vai sempre depender de um contexto, e a posse da mesma não vai garantir que se consigam os resultados desejados. Além disso, há muitas maneiras de interferir no comportamento de outrem, as quais podem variar de ameaças físicas ou não-físicas, até atração para cooperação. A partir dessa gama ampla de possibilidades de se exercer poder, Nye (2004, p.8) propõe, ao final da década de

1980, dois conceitos: o *soft power*, ou poder brando, e o *hard power*, ou poder duro.³

O poder duro é um conceito com o qual o senso comum está mais familiarizado: baseia-se em incentivos e ameaças, muitas vezes associados ao poderio militar, influência e conquista por coerção e força. Por muitos anos, foi a principal fonte para medir poder na política internacional, através da demonstração de força em guerras (NYE, 2004, p.7). Porém, conforme o autor, ao longo do tempo tornou-se evidente que deter apenas fontes de poder duro não garante poder e influência em todas as esferas de disputas políticas. Inclusive, considera-se que a escolha do uso de medidas coercitivas duras tem causado cada vez mais impactos negativos nas dinâmicas de poder mundial: por exemplo, diversas tentativas de implementação de poderio militar pelos Estados Unidos, como a Guerra do Iraque (2003 - 2011) e, anteriormente, a Guerra do Vietnã (1955 - 1975), foram responsáveis pelo crescimento do que Nye (2004, p.16) cunha como "antiamericanismo" no mundo. Esse fenômeno resultou, por exemplo, no surgimento da rejeição, tanto interna quanto externa aos Estados Unidos, à agressiva política externa do país e ao seu modo de vida calcado sobretudo no consumismo e em interesses econômicos.

Mudanças sociais, econômicas e tecnológicas interferiram e interferem nas dinâmicas de poder, que têm se tornado cada vez mais complexas. Nye (2004, p.11) marca o século XX como um dos pontos de virada na construção de relações de poder devido a dois fatores: 1) o início da era nuclear e 2) a era da informação. O potencial destrutivo das novas tecnologias nucleares, em posse de um número pequeno de países, como Estados Unidos e a antiga União Soviética, colocou os embates bélicos sob uma perspectiva mais letal. Já a entrada na era da informação, conquistada também a partir de avanços tecnológicos – os quais ocorrem a partir de suporte e interesses econômicos –, possibilitou que os ideais e produções culturais penetrassem muito mais facilmente as fronteiras de outros países, não precisando de uma invasão física para que ideologias influenciassem outras nações. Desse modo, torna-se visível a importância do poder brando para se conquistar objetivos

³ Os termos originalmente cunhados por Nye (2004) são comumente utilizados no Brasil em inglês, mas neste trabalho optamos por utilizar a versão traduzida seguindo o trabalho de Maíra Ouriveis (2018).

desejados, vide o período histórico que sucedeu a Segunda Guerra Mundial: a chamada Guerra Fria, uma disputa sobretudo ideológica, na qual a indústria hollywoodiana, segundo Nye (2004), principal fonte de poder brando estadunidense, foi uma influente arma no desmembramento da União Soviética e seus ideais socialistas.

Com efeito, poder brando, para Nye (2004, p.8) consiste de uma estratégia de execução e manutenção de poder alternativa ao poder duro, baseado em conseguir o que se quer através de atração e sedução pela cultura de um país, ideias políticas, ou até mesmo através da expressão de algumas preferências, por exemplo. Em suma, através de produções sociais que carregam uma ideologia. É quando você faz os outros "(...) admirarem os seus ideias e querer o que você quer" (p.10).

Poder brando não é meramente o mesmo que influência. Até porque, influência pode depender do poder duro de ameaças ou pagamentos. E o poder brando é muito mais do que só persuasão ou a habilidade de movimentar as pessoas por argumento, apesar de ser uma parte importante disso. Também é a habilidade de atrair, e a atração geralmente leva à aquiescência. Simplificando, em termos comportamentais, o poder brando é o poder de atração. Em termos de fontes, as fontes do poder brando são os ativos que produzem essa atração (NYE, 2004, p.8, tradução nossa⁴).

Nye (2004,p.9) pontua ainda três principais fontes de poder brando de um país: sua cultura, seus valores políticos e suas políticas internacionais. Esses três pilares ajudam a construir uma imagem atrativa da nação em questão e a seduzir outros para quererem o que se quer que eles queiram, uma ferramenta muito útil para o desenvolvimento de uma política externa forte sem o uso do poder bruto. Apesar de os céticos questionarem a ideia do poder brando, justificando que a atração não é capaz de gerar poder, Nye (2004, p.11), apresenta casos que demonstram os efeitos práticos que o poder brando pode desempenhar em conflitos políticos. O mais direto foi o caso da ausência de votos do Chile e do México aos Estados Unidos no Conselho de Segurança das Nações Unidas em 2003, depois que ações de política interna e externa reduziram consideravelmente a popularidade dos EUA nessas nações. Porém, Nye (2004, p.11) adverte que o poder brando produz um

⁴ "Soft power is not merely the same as influence. After all, influence can also rest on the hard power of threats or payments. And soft power is more than just persuasion or the ability to move people by argument, though that is an important part of it. It is also the ability to attract, and attraction often leads to acquiescence. Simply put, in behavioral terms soft power is attractive power".

efeito mais disperso e difícil de ser observado em uma ação específica, por ser muito mais dependente do seu contexto e de receptores. Por isso, a produção de poder brando deve ser pensada, assim como o dinheiro, em um investimento a ser usado no futuro.

No entanto, os efeitos indiretos da atração e uma influência difusa podem fazer uma diferença significativa na obtenção de resultados favoráveis em situações de barganha. Caso contrário, os líderes insistiriam apenas em recompensas imediatas e reciprocidade específica, e sabemos que nem sempre é assim que eles se comportam. Os psicólogos sociais desenvolveram um corpo substancial de pesquisas empíricas explorando a relação entre atratividade e poder (NYE, 2004, p.11, tradução nossa⁵)

Um outro fator importante que faz com que o poder brando seja mais impreciso do que o poder duro é o fato de que as maiores fontes de poder brando são produzidas por grupos não governamentais, como universidades, empresas, filmes e livros. Essa produção de mensagens e imagens, indo contra ou a favor das políticas do Estado, ajuda a construir a imagem ideológica de um país. Portanto, discorreremos a seguir sobre a grande questão que Nye (2004, p.19) relaciona ao uso do poder brando: "quais mensagens estão sendo enviadas e recebidas, por quem e sob quais circunstâncias?"⁶ E lançamos essa discussão a partir de dois fenômenos que, segundo o autor, potencializaram trocas culturais em nível global: a entrada na era da informação e a globalização.

3.2 Globalização e hegemonia cultural na América Latina

Não existe um acordo sobre uma definição de *globalização*. Apesar de muitos atribuírem seu início ao desenvolvimento tecnológico, também não existe um acordo unânime sobre a data de seu início. Giddens (GIDDENS, 1996 apud CANCLINI, 2014, p.21, tradução nossa) defende que somos a "primeira geração a entrar na era

⁵ "Nonetheless, the indirect effects of attraction and a diffuse influence can make a significant difference in obtaining favorable outcomes in bargaining situations. Otherwise leaders would insist only on immediate payoffs and specific reciprocity, and we know that is not always the way they behave. Social psychologists have developed a substantial body of empirical research exploring the relationship between attractiveness and power."

⁶ "(...) what messages are sent and received by whom under which circumstances, and how that affects our ability to obtain the outcomes we want."

global⁷". Para Canclini (2014, p.22), o fator tecnológico é considerado mais um facilitador do que um determinante para esse processo, visto que, para ele a globalização começou a tomar forma já com as navegações transoceânicas e os processos coloniais de séculos passados. Desse modo, o autor considera que foi através desse processo que houve um aumento dos fluxos econômicos, informacionais, comunicacionais e culturais em uma escala mundial. Nesse contexto, a exportação de filmes e programas de televisão entre países possibilitou a "construção de produtos simbólicos globais sem amarras nacionais específicas"⁸ (CANCLINI, 2014, p.22, tradução nossa).

Mesmo que a definição do termo não consiga ser unificada em uma só teoria, conforme Canclini (2014, p. 71), o mesmo dedica uma obra inteira ao debate sobre as diversas formas que a globalização pode ser imaginada, tentando contemplar as dualidades que envolvem esse processo. Isso porque ao mesmo tempo que a globalização é vista como um processo de homogeneização, envolvendo a consolidação de corporações e conglomerados industriais e financeiros, bem como as empresas de produções culturais de massa, tais como o cinema, televisão, música e informação; também ela é dependente de trocas locais específicas e sua contextualização.

Para ser mais claro: o que se costuma chamar de globalização aparece como um conjunto de processos de homogeneização e, ao mesmo tempo, uma fragmentação articulada do mundo que reordena diferenças e desigualdades sem erradicá-las⁹ (CANCLINI, 2014, p.24, tradução nossa).

Para exemplificar a diferença no imaginário de globalização que a perspectiva local traz, Canclini (2014, p.38) menciona como governantes da América Latina que estabelecem trocas comerciais com os Estados Unidos podem ser mais inclinados a identificar o processo de globalização quase que sinônimo à americanização. A

⁷ *"I believe there are good reasons to agree with Giddens (1996) that "we are the first generation to enter a global age."*

⁸ *"Under these conditions, in addition to exporting movies and television programs from one country to another, it is also possible to construct global symbolic products without specific national moorings, or with several at the same time, as in Steven Spielberg's movies or video games and world music."*

⁹ *"To state it more clearly: what is usually called globalization appears as a collection of processes of homogenization and, at the same time, an articulated fragmentation of the world that reorders differences and inequalities without eradicating them"*

América Latina teve muita influência e interferência estadunidense, de tal forma que a própria expressão "quintal dos Estados Unidos" é usada até hoje na esfera política. Bhabha (2014, p.25) atribui essa postura a um crescimento do nacionalismo anglo-americano nos contextos diplomáticos internacionais, que possibilitaram que os EUA exercesse e continue exercendo cada vez mais seu poderio econômico e militar, expressando "um desrespeito neo-imperialista pela independência e autonomia de povos e lugares do Terceiro Mundo"¹⁰ (*idem, ibidem*, tradução nossa).

Homi K. Bhabha (2014, p. 25), apesar de entender que exista uma dominação política que detém uma influência hegemônica na organização das informações no mundo Ocidental, incluindo tanto a mídia popular como a especializada, além das instituições acadêmicas; não defende igualar globalização a *americanização*. Seus trabalhos procuram enfatizar a heterogeneidade cultural em abordagens pós-coloniais, tais quais autores como Arjun Appadurai (1996) e Stuart Hall (1991 *apud* RYOO, 2009, p.138). Segundo Wongjae Ryoo (2009, p.138) o que esses autores argumentam, com diferentes abordagens, é que essa "cultura global" interage e é contestada, modificada e negociada por culturas locais que movem-se através de desvios semióticos ou simbólicos.

Não obstante as discussões propostas por esses autores sejam muito ricas, o objetivo deste trabalho não é aprofundá-las e, desse modo, as apresentamos aqui como forma de reconhecer a complexidade desse assunto. Além disso, buscamos deixar claro que, apesar de falarmos sobre um efeito de homogeneização cultural, assim como Stuart Hall (1991 *apud* RYOO, 2009), não buscamos desvalidar o efeito que as culturas locais têm no processo de trocas culturais e a pluralidade com que elas se apresentam no mundo. Tentamos ainda enfatizar que esses imaginários globalizados não produzem relações equilibradas, que eles beneficiam e abarcam um universo de poucos, os quais mantêm diversos países periféricos desconectados dos circuitos globais. Conforme Canclini (2014, p.15) defende:

¹⁰ "I am equally convinced that, in the language of international diplomacy, there is a sharp growth in a new Anglo-American nationalism which increasingly articulates its economic and military power in political acts that express a neo-imperialist disregard for the independence and autonomy of peoples and places in the Third World."

Se falo de imaginários globalizados não é apenas porque a integração abrange mais alguns países do que outros ou porque beneficia setores de elite desses países, mas permanece uma fantasia para a maioria. Falo também de imaginários porque o discurso da globalização se refere a fusões que realmente ocorrem apenas entre algumas nações. O que se anuncia como globalização gera, na maioria das vezes, inter-relações regionais, alianças empresariais e circuitos de comunicação e consumo entre países europeus ou norte-americanos ou determinados países da zona asiática. Nem todo mundo participa¹¹ (p.15, tradução nossa).

Dessa forma, reconhecemos a pluralidade de influências que ajudaram a compor a cultura e as estruturas sociais do Brasil, assim como o papel fundamental das culturas locais para recepção e reconfiguração de trocas culturais globais. Porém, a partir da citação de Canclini (2014, p. 15), vista a necessidade de discorrer sobre essas localizações geográficas no mundo globalizado e a fim de delimitar o escopo desta pesquisa, abordaremos aqui três núcleos de influência, identificados pelos seus desempenhos assimétricos em disputas de poder brando no cenário atual da América Latina: Estados Unidos, Europa e Coreia do Sul.

3.3 Estados Unidos: o outro imperial

Segundo Walter Mignolo (2003, p.182), o século XX, início das supracitadas era nuclear e era da informação, consolidou os Estados Unidos como potência imperial, militar e econômica em oposição ao seu lugar de subalterno durante o século XIX, o que possibilitou novas diretrizes quanto à sua produção cultural e política. Porém, ainda conforme o autor (MIGNOLO, 2003, p. 16), a construção dos EUA enquanto potência pode ser traçada a 1898, quando os mesmos, apesar ou a partir de seu histórico como colônia britânica, venceram a guerra contra a Espanha, anexando e colonizando territórios como Porto Rico e Filipinas e tornando-se, então, o "outro imperial" (grifo do autor).

¹¹ "If I speak of globalized imaginaries it is not only because integration embraces some countries more than others or because it benefits elite sectors in those countries but remains a fantasy for the majority. I also speak of imaginaries because globalization discourse refers to mergers that really take place only among a few nations. What is advertised as globalization generates, in the majority of cases, regional interrelations, business alliances, and communication and consumption circuits among European or North American or certain Asian zone countries. Not everyone participates."

Mignolo (2003, p. 59) ainda indica o ano de 1898 como crucial para a separação do continente e a categorização do que é chamado hoje de América Latina a partir da justificativa estadunidense de colonização do mundo pautada na crença da "superioridade da 'raça branca anglo-saxônica'" (grifo do autor) sobre os latinos. Desse modo, a missão civilizatória idealizada pelos EUA fomentou desde então diversos projetos para ampliar sua influência e poder imperialista não apenas nas Américas, mas também em outras partes do mundo, como a antiga União Soviética e no Oriente, até sua consagração no século XX.

O período da Segunda Guerra Mundial (1939-1945) possibilitou o cenário ideal para o avanço estadunidense, pois o mesmo se encontrava longe geograficamente do chão de batalha. Um exemplo deste cenário ideal foi que, durante esse período, segundo Morinaka (2019, p.692), os EUA criaram, durante a Política de Boa Vizinhança, o Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the Americans (OCIAA), um órgão financiado pelo governo estadunidense responsável por desenvolver projetos culturais para aproximar as relações com os outros países da América, focando principalmente em atividades culturais e à comunicação (MORINAKA, 2019, p.693).

Dentre os projetos financiados pela OCIAA, Morinaka (2019, p.697) pontua a forte atuação do órgão no Brasil para disseminar livros estadunidenses. Esse projeto se beneficiou do bloqueio naval inglês (1939) que dificultou a importação de livros europeus e abriu espaço para a entrada dos Estados Unidos nesse setor. Dados coletados por Morinaka (2019, p.698) mostram que em 1949 os EUA ultrapassam França, Espanha, Itália, Reino Unido e Japão juntos em quantidade de livros importados pelo Brasil, com um total de 336,05 toneladas contra 202,014, correspondente à soma dos cinco outros países.

Os livros distribuídos no Brasil incluíam livros técnicos, acadêmicos, de ficção e infanto-juvenil que disseminavam o modo de vida, filosofia e a ciência estadunidense para públicos variados. Através dos livros, os Estados Unidos buscavam introduzir sua cultura no nosso país, afrouxando os fortes laços da elite intelectual brasileira com a Europa e "moldando e influenciando ideologicamente o

comportamento de consumo cultural e educacional latino-americano" (MORINAKA, 2019, 716).

Por envolver diversos profissionais, a publicação dos livros estadunidenses no Brasil só foi possível através do intercâmbio de profissionais como bibliotecários, tradutores, professores e artistas que contribuíram, segundo Morinaka (2019, p.705), para que a cultura dos Estados Unidos conquistasse mais espaço em território brasileiro. Mesmo com o fim da OCIAA em 1946, já estava instaurada a base sólida da influência dos EUA no Brasil.

Com o fim da Segunda Guerra e o início da Guerra Fria, o poder brando dos estadunidenses continuou se fortalecendo através de diversos outros programas de incentivos culturais não só no Brasil, mas em toda a América Latina.

Conforme supracitado, dois marcos históricos modificaram as dinâmicas mundiais no século XX (NYE, 2004, p.12), e contribuíram, não coincidentemente, para o fortalecimento imperialista dos Estados Unidos. O primeiro, a partir do desenvolvimento nuclear, foi a bomba atômica lançada no Japão, que consagrou o país como a maior superpotência militar e conferiu maior peso ao poder de influência dos EUA. O segundo, a era da informação, que potencializou o uso do poder brando, pois possibilitou que informações e produtos culturais fossem compartilhados facilmente além das fronteiras de um país e cada vez mais rápido. Sobretudo os Estados Unidos novamente foram beneficiados por essa nova era, visto que produzem grande parte do conteúdo de informação global, além de ter originado muito da revolução informacional, segundo o autor (NYE, 2004, p.15).

Ainda nesse contexto de era da informação e avanço imperialista dos Estados Unidos, Nye (2004) destaca duas ferramentas estadunidenses que contribuíram para aumentar sua influência global e demonstram o potencial de uso do poder brando para definir disputas políticas: os filmes de Hollywood e o intercâmbio de alunos.

Os filmes de Hollywood tinham tanta importância na construção de uma imagem favorável do país que chegaram a ser editados por um órgão nacional, o Office of

Wartime Information (OWI), durante a Segunda Guerra Mundial, para serem transformados em "verdadeiras ferramentas de propagandas" (NYE, 2004, p.34, tradução nossa¹²). Os impactos da ideologia estadunidense presente nos filmes disseminados pelo globo foram capazes de interferir na imagem negativa que construíam da União Soviética, influenciando, segundo NYE (2004, p.20) na sua abertura política e econômica.

De fato, os esforços políticos dos Estados Unidos em aumentar sua influência em diversos países persistiram ao longo do século XX e os mesmos são observados até os dias atuais. Autores como Sujeong Kim (2019) pontuam como a exportação cultural mundial foi dominada pelos EUA a ponto desta ser tratada como a própria cultura global. Ainda segundo Wongjae Ryoo (2009), muitos compreendem o próprio conceito de *globalização* como sinônimo de *americanização*, sugerindo uma homogeneização cultural do planeta. Porém, temos que considerar que, por mais que os Estados Unidos tenham estabelecido padrões quantitativos e qualitativos que influenciam o mundo em produções culturais, e que tenham estabelecido fluxos desiguais de circulação dessas produções, eles não estão sozinhos nas disputas mundiais de influência. A seguir, discutiremos sobre o poder brando europeu, único núcleo considerado por Nye (2004, p.27) como competidor próximo dos EUA.

3.4 Europa: violência, encobrimento e colonialismo

A força da competitividade da influência cultural europeia identificada por Nye (2004, p.27) frente às investidas estadunidenses é tratada pelo autor como um conjunto homogeneizado, e não necessariamente de acordo com as diferentes nacionalidades e economias que lá existem. Nye (2004, p. 27) inclui como fontes de poder brando europeu a arte, a literatura, a música, Design, a moda e a comida, as quais têm servido por muito tempo como "ímãs culturais globais¹³". Outro ponto citado pelo autor como responsável por aumentar a atração cultural europeia é o uso, nessa localização geográfica, de dez das línguas mais faladas do mundo, com

¹² "The OWI even worked to shape Hollywood's products into effective propaganda tools, suggesting additions and deletions to films and denying licenses to others."

¹³ "Currently, the closest competitor to the United States in soft power resources is Europe. European art, literature, music, design, fashion, and food have long served as global cultural magnets."

destaque para o Inglês, o Espanhol e o Português (*idem, ibidem*). Porém, o que o autor estadunidense não pontua é que a linguagem e os diversos itens culturais tratados como uma forma de poder brando tiveram como principal e primeira fonte de intercâmbio o colonialismo nas Américas — sendo os EUA também uma vítima dessa influência, é importante pontuar —, um processo violento e duro que mantém vivas suas marcas até os dias atuais.

Para entendermos a relação atual que a Europa tem principalmente com a América Latina, não podemos falar de suas influências e de poder brando sem falar das suas origens, da colonialidade e de projetos globais. Esse último termo é usado por Mignolo (2003, p. 42) para descrever ações expansivas de domínio sobre outros povos: é o que "têm sido o projeto hegemônico para o gerenciamento do planeta". O autor marca a implementação do cristianismo na América como o primeiro projeto do sistema mundial colonial/ moderno e a "âncora do ocidentalismo e da colonialidade do poder" (*idem, ibidem*).

Temos que atentar, contudo, que o cristianismo, a linguagem e a cultura europeia não podem ser classificadas como uma influência branda na América Latina quando sua origem é baseada na imposição, no racismo e na dizimação violenta de povos e suas culturas. Os povos originários e os povos escravizados não foram *seduzidos* pela cultura europeia, foram sobretudo *oprimidos* por ela, que os categorizaram como inferiores, assim como suas culturas, consideradas como *subculturas*. O controle europeu da produção de conhecimento reprimia as diferentes produções intelectuais, como pontua Fernando Maia e Mayara Farias (2020, p. 13), negando aos povos colonizados "o direito de construir seus símbolos e saberes, restando a clandestinidade e marginalização". Esse processo formou a identidade latino-americana através do seu encobrimento pelos europeus, ao passo que a cultura do invasor foi considerada como superior em detrimento dos outros povos.

[...] continuada repressão material e subjetiva dos sobreviventes, durante os séculos seguintes, até submetê-los à condição de camponeses iletrados, explorados e culturalmente colonizados e dependentes, isto é, até o desaparecimento¹⁴ de todo padrão livre e autônomo de objetivação de

¹⁴ Apesar de identificarmos este trecho como importante para o nosso argumento, solicitamos atenção ao uso do termo *desaparecimento*, uma vez que existem ainda hoje na América Latina

ideias, de imagens, de símbolos. Em outros termos, de símbolos, de alfabeto, de escritura, de artes visuais, sonoras e audiovisuais. (QUIJANO, 2005b apud MAIA, FARIAS, 2020, p. 589)

O encobrimento da América Latina, segundo Maia e Farias (2020, p. 578) acontece a partir do momento em que o europeu, ao chegar nas Américas, identifica e impõe sua visão sobre os povos que ali viviam: se eles não são como eu, logo têm de ser o *Outro*¹⁵. Esse pensamento é eurocêntrico por si só, ao passo que coloca os europeus como centro e o Outro é secundarizado, apagado, e obrigado a se entender sob as classificações europeias baseadas em discriminação racial e cultural, como forma de justificar sua própria suposta superioridade. Como pontua Maia e Farias (2020, p.582), a partir do encontro com o Outro, a identidade do europeu passa a ser formada a partir do encobrimento desse mesmo Outro.

Quijano (2005, apud MAIA, FARIAS, 2020, p.585) diz que "a produção histórica da América Latina começa com a destruição de todo um mundo histórico", ou seja, a partir da destruição da história, costumes e culturas que já existiam no continente antes de sua invasão. Ainda, ele divide essa destruição em estágios, e aqui trabalharemos com os dois mais importantes para esse trabalho: 1) a destruição física, com o extermínio dos povos originários que em três décadas tiveram sua população reduzida pela metade (idem, ibidem), e 2) a destruição cultural e simbólica, através da qual a construção de ideias, imagens e símbolos são desconsideradas, reprimidas e subjugadas.

Portanto, para um entendimento amplo da conjuntura política atual que coloca a Europa como uma potência em poder brando é preciso pensar no processo colonial e seus mecanismos impositivos de dominação e influência que subjugaram e encobriram diversos povos e culturas. Com efeito, foi através de processos violentos que foi constituída a base para as estruturas hegemônicas que, tal como afirmado por Maia e Farias (2020, p. 585) estão presentes até os dias atuais na América

povos que resistem a esse processo de subjugação e trabalham no resgate e valorização de suas culturas.

¹⁵ Outro aqui é usado em maiúsculas seguindo o trabalho de Maia e Farias (2020), pois não desempenha a função sintática de substituir um substantivo qualquer, ele refere-se especificamente "àquele que é diferente do europeu". Assim, o europeu nunca poderia ser incluído como "Outro", pois ele toma para si a centralidade do discurso (MAIA, FARIAS, 2020, p.578).

Latina. Edgardo Lander (2005, p. 9) atribui justamente esse momento de colonização das Américas como marco para toda a história posterior: a organização colonial do mundo. Um processo que conseqüentemente instaurou a "constituição colonial dos saberes, das linguagens, da memória" (MIGNOLO, 1995, apud LANDER, 2005, p.9).

Apesar das relações assimétricas de poder, a Ásia também fez e faz parte dos processos de globalização do mundo e, a seguir, trataremos da Coreia do Sul com já mencionada Hallyu ou, em português, onda coreana, que se refere à popularização além das fronteiras nacionais da cultura sul-coreana a partir dos anos 1990.

3.5 Coreia do Sul: quebra na divisão binária do poder

O livro de Nye (2004), apesar de importante para iniciarmos o debate sobre relações de poder e compreender a potencial de influência ideológica que produtos culturais carregam, encontra-se desatualizado em relação às exemplificações de potências de poder brando mundial contemporâneas, haja vista as rápidas e imprevistas mudanças geopolíticas que sucederam sua publicação, em 2004. Uma dessas mudanças foi o amplo crescimento da influência sul coreana em âmbito global, a qual registrou um aumento da receita de exportação da sua indústria cultural de 553% entre 2001 e 2011 (KWON e KIM, 2013, p.422). Para Wongjae Ryoo (2009, p.149) o avanço coreano vem desafiando a divisão binária entre culturas dominadas e dominantes além dos fluxos culturais unidirecionais — uma vez que o país não se encontra nem na América do Norte, nem na Europa —, e conseqüentemente traz novos elementos a serem considerados quando tratamos de disputas de poder.

O aumento de exportação e atratividade da cultura sul-coreana para além de seu território ficou popularmente conhecido como Hallyu, um termo estabelecido em 1999 que, a princípio, constituiu uma forma sarcástica da mídia chinesa nomear o fenômeno social, econômico e midiático que ganhava muita atenção em seu território. Isso porque, segundo Doobo Shim (2019, p.60), a pronúncia de *Onda Coreana* em chinês é homônima¹⁶ à *Onda de Resfriado*, associando-a a um

¹⁶ Homônimo, segundo o Dicionário Oxford Languages (2003), são palavras que possuem a mesma grafia ou pronúncia, mas carregam significados e origens diferentes.

fenômeno passageiro. Diferente do esperado pelos chineses, a onda coreana não foi passageira e vem se expandindo até os dias atuais para diferentes mercados.

Autores como Woongjae Ryoo (2009, p. 139), Seung-Ho Kwon e Joseph Kim (2013, p. 422) e Doobo Shim (2019, p. 60) atribuem como o início da Hallyu a exportação de dramas sul-coreanos que conquistaram o Leste e Sudoeste asiático na década de 1990. A partir de meados dos anos 2000, segundo o Governo Coreano (KOREA.NET, s.d.), o fenômeno tomou proporções globais, desta vez através da música, mais especificamente o K-pop. Kwon e Kim (2013, p. 422) ressaltam o lançamento do vídeo de Gangnam Style, do cantor PSY, em 2012, que fez o mundo se voltar para a produção sul-coreana que invadiu os as paradas de sucesso ocidentais e quebrou recordes em diversas plataformas, tornando-se o primeiro vídeo na plataforma estadunidense YouTube a chegar a 1 bilhão de visualizações (Guinness World Records, 2012). Segundo Suga (2022), integrante do grupo musical BTS, em entrevista concedida ao canal do Youtube Officialpsy¹⁷, foi PSY quem pavimentou o caminho para o K-pop nos Estados Unidos e possibilitou a chegada de cada vez mais artistas sul-coreanos ao ocidente.

Ocupando espaços de destaque na cena cultural ocidental, os quais antes eram majoritariamente dominados por produções de países falantes da língua inglesa, as produções sul-coreanas desafiam a unilateralidade dos fluxos culturais, como destaca Ryoo (2009, p. 147). Hoje, por exemplo, o artista com mais músicas número 1 nos últimos 10 anos na Billboard Hot 100, uma tabela semanal que mede a popularidade de músicas nos Estados Unidos baseada em *streamings* e vendas (GHANDOUR, 2022), é o grupo coreano BTS (LEE¹⁸, 2022). Além disso, em 2020, o filme *Parasita* tornou-se a primeira produção com idioma distinto do inglês a ganhar o Oscar de Melhor Filme (FARHI, 2020). O recorde de vídeo mais visto do YouTube liderado pelo já mencionado PSY entre os anos 2012 e 2017, hoje foi tomado pelo intitulado "Baby Shark Dance", vídeo produzido por uma companhia sul-coreana focada em entretenimento infantil (CRUNCHBASE, 2023).

¹⁷ Disponível em < https://youtu.be/G8K_UxojCzM > Acesso em: 9 jun, 2023.

¹⁸ Apesar do autor estar creditado na matéria como Lee Jihae, reconhecemos que Lee é seu sobrenome e Jihae o nome, seguindo a ordem de nomes sul-coreana, característica inversa ao convencional no ocidente.

Autores como Woongjae Ryou (2009), Shim Doobo¹⁹ (2011), Lili Sun e Jong-Woo Jun (2022) pontuam ainda como o acesso a essas produções culturais sul-coreanas refletem diretamente no consumo de bens materiais com origem na Coreia do Sul, como alimentos, roupas, maquiagem, jogos, livros, além de aumentar o interesse na língua. Números fornecidos pelo governo coreano em 2019 (KOFICE, 2019), demonstram o contínuo crescimento dos diversos setores industriais recém mencionados e enfatizam o comprometimento de órgãos governamentais em promover e ampliar a onda coreana através de programas de incentivo, uma postura que segundo Kwon e Kim (2013, p. 423) foram fundamentais para o avanço da Hallyu. Em uma entrevista publicada no *Hallyu White Paper, 2018* (KOFICE, 2019), o antigo ministro da cultura, Do Jong-hwan, compartilha os projetos e desafios não só para manter a onda fluindo, mas para expandi-la a outras áreas além da cultura popular, como a literatura e cultura tradicional coreana. Esses projetos e a própria expansão da Hallyu não são, contudo, uniformes: ocorrem em ritmos e formatos diferentes, sendo dependentes da recepção do que é particular de cada país em que eles se fazem presentes.

Na América Latina, a chegada da Hallyu, segundo Wonjung Min (2017, p. 146), teve como marco os anos 2000, através de filmes e séries de TV que até hoje demonstram ser os produtos de maior potência do poder brando sul coreano no Brasil. Segundo o jornal O Povo (MARQUES, 2021), o Brasil tornou-se o 3º país do mundo que mais consumiu k-dramas durante a pandemia. O K-pop, principal núcleo da onda coreana, também tem forte presença no país, posto que, em 2020 e segundo o jornal Metrôpoles (SIMMER, 2020), esse foi o 5º maior consumidor do gênero musical do mundo. Inclusive no mercado literário brasileiro, tema central deste trabalho de Conclusão de Curso, a potência sul-coreana tem conquistado espaços: mesmo com as dificuldades que permeiam o cenário editorial nacional, dados levantados pela professora Yun Jung Im (2022) mostram um salto de dois títulos adquiridos em 2020 para onze títulos adquiridos em 2021.

¹⁹ O autor Doobo Shim (2019) e Shim Doobo (2011) são a mesma pessoa. A troca entre nome e sobrenome é comum com nomes coreanos, visto que originalmente se escreve primeiro o sobrenome (Shim), seguido do nome (Doobo), o inverso do comum no ocidente. Trazemos essa ressalva aqui pois, neste trabalho, optamos por respeitar as ordens de escrita presentes em cada uma das referências.

Apesar do fenômeno liderado pela Coreia do Sul ser recente, é comum ver o país ser citado em diferentes mídias como uma potência em *soft power* ou, como já adotamos, poder brando. O que torna o caso da Hallyu curioso é que, diferente da Europa e dos Estados Unidos, grandes potências que tiveram como base para a expansão do seu *poder brando* processos antigos de imperialismo e o colonialismo, a Coreia do Sul possui um passado colonial, de invasão e repressão muito recente. O século XX marcou o país com 35 anos de colonização japonesa, a qual acabou com o fim da Segunda Guerra Mundial, seguido pela Guerra da Coreia, que dividiu o território e colocou os Estados Unidos no comando estratégico das forças militares sul-coreanas, medidas que continuam até os dias atuais.

Sua posição subjugada na cena asiática durante o século passado tornou sua população refém de influências culturais externas, seja através de políticas brutas ou brandas, principalmente do Japão e dos EUA, dado suas forças nas dinâmicas globais de disputas de poder. Porém, conforme discussões presentes ao longo do trabalho de Ryoo (2009), essas influências não ocorreram de forma passiva, mas sim, foram reconfiguradas a partir da cultura local sul-coreana, criando uma forte indústria cultural que desempenhou papel fundamental para transformar a Coreia do Sul em um dos maiores fenômenos de crescimento econômico na história.

A trajetória do país é considerada surpreendente: graças, principalmente, ao fomento da sua indústria cultural, a Coreia do Sul saiu de um Produto Interno Bruto per capita de 100 dólares em 1960 para 30.000 dólares em 2019 (KOFICE, 2019). Por conta do passado colonial sul-coreano, Kyong Yoon (2017, p.109) propõe a abordagem de *fenômeno pós-colonial* ao K-pop — e incluímos aqui outras produções culturais coreanas —, uma vez que adota um papel semi-periférico na indústria, à medida que sua exportação se faz presente nas mídias dominadas pelo ocidentalismo. Sob essa análise, essa circulação global sugere como a "história das práticas midiáticas com norte ocidental podem ser desconstruídas e, assim, diferentes histórias podem ser exploradas" (SHOME apud YOON, 2017, p.123, tradução nossa)²⁰.

²⁰ "[...] how the Western-oriented history of media practices can be deconstructed and thus different histories can be explored (Shome, 2016)"

Porém, apesar dessa mudança de fluxos culturais no cenário global, no Brasil, por conta dos processos coloniais e imperialistas, estabeleceu-se um cenário permissivo para o estabelecimento das grandes potências hegemônicas, como a Europa e os Estados Unidos, que ainda marcam diversos países com influência assimétrica. Influência esta que determinou também o surgimento e a política de instituições de conhecimento — no caso deste Trabalho de Conclusão de Curso, podemos nos referir à institucionalização do Campo do Design. Essa institucionalização define não somente as instâncias de ensino, mas também da prática do Campo, o que, através dos produtos desenvolvidos, acaba por afetar o gosto e o consumo na sociedade industrial.

4. A institucionalização do Campo do Design

Segundo Janet Wolff (1982, p. 23) toda ação, mesmo a criativa e inovadora, é determinada pelas complexas condições estruturais da sociedade. Portanto, não podemos pensar a prática do Design no Brasil desassociada de fatores *extra-campo*, ou *extra-estéticos*, conforme o conceito da autora, como o contexto histórico e as dinâmicas de poder que moldaram sua institucionalização. A partir do entendimento do estabelecimento do Campo do Design brasileiro conseguimos compreender as origens das fortes influências europeias e estadunidenses no mesmo, as quais fazem-se presentes até os dias atuais, e desmistificar a suposta naturalidade e neutralidade de decisões e padrões em nossas práticas.

Antes da institucionalização do Campo do Design tivemos a institucionalização e legitimação do que seria um campo de conhecimento em si. Este processo foi determinado por padrões e imposições europeias modernas, através da divisão colonial do mundo, estabelecendo o que Mignolo (2013, p.10) chama de colonialidade do poder. Para Quijano (1997 apud MIGNOLO, 2013, p. 41), é a partir dessa divisão, incluindo a divisão continental, que se organiza a produção de conhecimento, tendo as histórias europeias como saberes e projetos globais.

Desse modo, a configuração de potencialidades epistemológicas foi subordinada à colonialidade do poder, que classificou, diferenciou e separou o que poderia ser considerado, de fato, um campo de conhecimento, baseado em conceitos propriamente europeus. Assim, segundo exemplos trazidos por Mignolo (2013, p. 23-27), no século XVI os espanhóis tomaram como base a dominação da escrita alfabética para hierarquizar a civilização dos povos; nas Índias Ocidentais o inglês foi estabelecido como padrão e indispensável para se escrever literatura, e a física moderna foi legitimamente constituída como um campo epistemológico em detrimento ao "misticismo oriental" (grifo do autor).

Com efeito, sob essa divisão imposta pelo colonizador, diversos saberes e conhecimentos de povos e culturas foram subjugados pelas epistemologias ocidentais coloniais. A partir dos processos impositivos, repressivos e de apagamento, Darcy Ribeiro (1968 apud MIGNOLO, 2013, p.36) pontua como os

povos não-europeus foram condicionados a se enxergar a partir da visão determinada pela *cosmovisão*²¹ europeia. Logo, podemos identificar o processo de colonização nas Américas como fundamental para compreender a formação de estruturas hegemônicas que até hoje manifestam-se em diversas áreas do imaginário latino-americano. No Campo do Design no Brasil, traçaremos essa relação a partir da chegada da Missão Francesa ao país em 1826, de acordo com escritos de Fabiana Heinrich (2016).

A vinda da Missão Francesa deu origem à primeira Escola de Belas Artes no Brasil, a que Heinrich (2016, p. 124) considera como "embrião de uma primeira escola de Design no Brasil". Embora a literatura do Campo não a considere a primeira escola de Design, é possível pensar em uma aproximação, uma vez que o ensino de Artes Aplicadas e Artes Industriais, objetivava preparar e qualificar mão de obra para atuar na industrialização do país. As estruturas da Escola incluíam aulas ministradas por profissionais e professores vindos da França, e conteúdos que envolviam a prática do Desenho e do desenho de produtos industriais, para desenvolvimento do que "era considerado *bom e belo*" (HEINRICH, 2016, p.126).

O que era considerado bom e belo, segundo Heinrich (2016, p. 126), era o estabelecido, obviamente, pelos padrões estéticos europeus, que impôs seu modo de operar e de pensar como via condicional para o *desenvolvimento*, desconsiderando o que já era produzido aqui. Sob essas bases, a Escola continuou seu funcionamento até 1931, quando passou a fazer parte da Universidade Federal do Rio de Janeiro sob o nome de Escola de Belas Artes da UFRJ (HEINRICH, 2016, p.128). A partir de 1971, temos a criação dos três cursos de Design da Escola: Programação Visual, Projeto de Produto e Design de Interiores.

Em 1948 surge a que é reconhecida, de fato, como a primeira escola de Design do país por parte da literatura do Campo: o IAC, Instituto de Arte Contemporânea em São Paulo (LEON, 2014 apud HEINRICH, 2016, p. 128). O IAC possuía o intuito renovado de estabelecer um cenário industrial brasileiro e tentar estabelecer o gosto moderno, ensinando o *bom Design* (HEINRICH, 2016, p. 129). O Instituto foi

²¹ Cosmovisão é o termo utilizado por Darcy Ribeiro (1968, p.63 apud MIGNOLO, 2003, p.36) para se referir a maneira subjetiva de entender o mundo, segundo o dicionário Oxford Languages (2023)

pensado por um casal de intelectuais italianos, os reconhecidos Lina Bo Bardi e Pietro Maria Bardi, e tinha como base os ideais da Bauhaus-Dessau e da Escola de Chicago. Segundo Leon (2014 apud HEINRICH, p.130, 2016) o curso ministrado no IAC herdava a visão utópica europeia do Desenho Industrial e o viés altamente mercantil do Design estadunidense. O contexto histórico que a abertura do IAC estava inserido também foi determinante para indicar as diretrizes de sua produção: o Instituto era financiado por Chateaubriand, dono do principal meio de comunicação da época, a cadeia de Diários, Emissoras, e Televisões associadas (equivalente à Rede Globo atualmente), que tinha interesses justamente em formar o gosto "moderno".

Conforme já abordado, os programas visando a expansão da influência estadunidense na América Latina estavam em voga desde a Segunda Guerra Mundial com a OCIAA (MORINAKA, 2019), mas durante a Guerra Fria, a exportação de bens culturais avançou com um novo fôlego. Desse modo, a abertura do Instituto coincidiu com o que Leon (2014 apud HEINRICH, 2016, p.130) chama de consolidação do *american way of life* no Brasil, através dos filmes, música, livros e outros bens de consumo que chegavam em território nacional. A importação desses produtos culturais, segundo Heinrich (2016, p. 131), trazia consigo noções simbólicas e padrões estéticos definidos pelos EUA, que representavam o avanço do desenvolvimento rumo à modernidade. Assim, a institucionalização do Design através do IAC contribuiu para a legitimação do *bom Design* como prática advinda de influências externas, atuando como "esfera de *educação do gosto*" (LEON, 2014, p.29 apud HEINRICH, 2016, p.132) que propagava noções estéticas estadunidenses.

O Instituto de Arte Contemporânea acabou fechando em poucos anos, devido à consolidação da influência dos produtos industriais e culturais vindos dos Estados Unidos, o que tornava, conforme Heinrich (2016, p.130), mais custoso financiar o desenvolvimento da produção interna em um sistema industrial incipiente. Em 1963 é implementada a Esdi, Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro, seguindo os moldes da Escola de Ulm e dando continuidade, assim, à influência externa na prática nacional do Design. Com efeito, Heinrich (2016, p.133) conclui que a partir desse quadro educacional formaram-se profissionais domesticados por

essas influências ideológicas e que as perpetuam até os dias atuais, já que, segundo a autora "tendo crescido nesses termos, tendem a continuar neles, reproduzindo a mesma cultura, o mesmo gosto, ou o mesmo *habitus*" (idem, ibidem).

5. O livro como objeto cultural

John B. Thompson (2012, p. 6) considera o livro como um objeto cultural. Isso porque através de livros, conforme visto no subcapítulo 3.3, uma nação consegue propagar seu modo de vida, filosofias, ciências e comportamentos. Não coincidentemente, livros foram usados diversas vezes ao longo da história para influenciar ideologicamente comportamentos. Para exemplificar o poder do livro como ferramenta de disseminação de ideias e de influência no curso do desenvolvimento histórico das sociedades, Andrew Haslam (2010, p.12) cita livros como a *Bíblia*, *O Manifesto Comunista*, *Quotations from Chairman Mao Zedong* e o *Mein Kampf*.

Quando pensamos nas trocas culturais intermediadas por livros pensamos comumente em seu texto. Stuart Hall (2003, p.1), por exemplo, identifica cultura como um "compartilhamentos de significados" e coloca a linguagem como repositório central de significados e valores culturais. Porém, a linguagem verbal não é o único mecanismo condutor de trocas culturais: formas visuais, imagens, sons e outros fenômenos de percepção humana estética²² também fazem parte do arcabouço cultural de uma sociedade. Pablo Sérvio (2014), por exemplo, à luz de outros autores do Campo da Arte e Comunicação Visual, faz uso do termo Cultura Visual para explicar o fenômeno do significado de produtos culturais a partir de seus formantes visuais e verbais — afinal, o verbal também é visual, em última instância. Em complemento e ainda segundo Hall (2003, p.2), a cultura consiste de um conjunto de práticas que compartilham sentidos em uma sociedade ou grupo. O autor busca enfatizar a questão da prática, pois defende que os significados de eventos e objetos não estão *em si*, mas sim que são atribuídos a eles a partir de agentes inseridos em uma cultura. Dessa maneira, entendemos que as capas dos livros, através de sua escrita, mas sobretudo de sua imagem, também tem a capacidade de transmitir significados e valores culturais.

Devemos atentar ainda ao que Janet Wolff (1982, p. 23) postula, posto que, conforme a autora, nenhuma prática laborativa — e aqui sobretudo a criativa —,

²² Aqui empregamos o termo estética considerando-o como o estudo dos sentidos, e não apenas da visão, como comumente empregado no Campo do Design.

deve ser dissociada de seu contexto social. Logo, o trabalho do designer no desenvolvimento de capas de livro é influenciado e determinado pelas estruturas em que sua prática está inserida, pelas relações de poder presentes no Campo, a saber, por exemplo, as relações simbólicas e econômicas de trabalho ditadas pelo mercado.

5.1 Capas de livros e a construção de sentido

A capa de um livro, conforme debatido anteriormente, veicula sentidos e significados, assim como o texto que compõe o conteúdo do mesmo. Porém, ambas as partes do livro, apesar de comporem um mesmo produto, devem ser analisadas de formas distintas, não só por conta da diferença de elementos de linguagem e visuais empregados, mas também pela função desempenhada por cada um desses elementos. Enquanto o corpo do livro é considerado texto, a capa desempenha a função de "paratexto".

Mattos, Ribeiro e Vianna (2016, p.350) apresentam como paratextos editoriais elementos que vão além da capa, como a lombada, orelhas, página de rosto etc.; e qualquer outra parte do livro, verbal ou não verbal, que apresenta e reforça o texto. Dessa maneira, a capa desempenha papel fundamental de apresentar o texto contido no livro, sendo ela, majoritariamente, o cartão de visita, a unidade material da obra. Essa relação entre capa e texto nem sempre segue as mesmas abordagens, ainda que a relação formal entre ambos seja indiscutível – todos os elementos interferem mutuamente em suas interpretações, que não podem ser desassociadas. Há os que defendem relações mais estreitas entre texto e capa, como os trabalhos de Long Li, Xi Lie Juan Miao (2019) , Mariana Queiroz, Marcus Hemais e Luís Pessôa (2021), os quais desenvolvem análises formais de capas que têm o conteúdo do texto como elemento norteador para a presença ou ausência de elementos gráficos. Essas análises, porém, fogem da dimensão econômica do livro, a qual não pode ser esquecida, uma vez que o trabalho gráfico, na lógica do modo de produção capitalista, é dependente de sua dimensão econômica.

Com efeito, podemos afirmar sem medo que, na sociedade capitalista, o livro é uma mercadoria que, apesar de veicular ideias e culturas, tem a função primordial de

gerar lucro. Nesse contexto, a capa acabou tornando-se um dos elementos mais explorados pelo marketing. Queiroz, Hemais e Pessoa (2021, p. 1032) atribuem o aumento da população universitária no Brasil em 1950 como um ponto decisivo para a introdução — ou seria imposição mercadológica? —, de práticas de marketing nas editoras e, sobretudo, no trabalho dos designers. Assim, a capa tornou-se o principal veículo de sedução do público consumidor. Ribeiro (2000, p.375 apud MATTOS, RIBEIRO, VIANNA, 2016, p. 352) pontua ainda como a capa pode ser um fator decisivo de decisão de compra. Dois casos recentes no mercado editorial brasileiro exemplificam bem essa percepção: 1) as publicações de 1984 do George Orwell (Figura 13); 2) a publicação d' *O Morro dos Ventos Uivantes* pela editora Antofágica (Figura 14).

Figura 13

Algumas versões do livro *1984*, especificando a editora de cada uma.



Companhia das Letras



Buzz editora



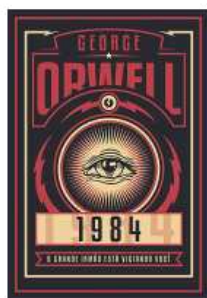
Darkside



Via Leitura



Companhia das Letras



Excelsior



Antofágica



Biblioteca azul

Fonte: Compilação da autora²³.

²³ Montagem a partir de imagens coletadas via <<https://www.amazon.com.br/>>. Acesso em junho de 2023.

Em 2021, o livro 1984, de George Orwell, entrou em domínio público, ganhando, segundo dados disponibilizados pela Veja (CARNEIRO, 2021), pelo menos quatorze versões publicadas por editoras diferentes. Com o aumento de opções no mercado, as editoras adotaram diferentes estratégias para atrair consumidores, as quais envolviam, majoritariamente, diferenciações a partir das capas. Mesmo portando praticamente o mesmo conteúdo no miolo do livro — o texto é o mesmo, de acordo com o domínio público, porém as edições variam de acordo com o uso de imagens e ilustrações, por exemplo —, essa maior oferta de capas resultou num aumento de 663% de vendas da obra.

A Tordesilhas, por exemplo, fez uma arte com tema industrial na capa, embalada por uma caixa especial, vendida ao preço de 60 reais [...] Já a Buzz Editora investiu em uma edição de colecionador, com capa dura de luxo e efeito espelhado, ao preço de 69,90 reais. Estratégia parecida com a da editora Excelsior, que lançou outra versão com capa dura para colecionador, também por 69,90 reais. (CARNEIRO, 2021)

Figura 14

Morro dos Ventos Uivantes desenvolvidas pela editora Antofágica: 1ª versão divulgada e a capa final.



1ª versão da capa



versão final da capa

Fonte: Compilação da autora²⁴.

²⁴ Montagem a partir de imagens coletadas no Twitter, disponível em <<https://twitter.com/companhiapromos/status/1382339401133477889?s=20>> e Antofágica, disponível em <<https://www.antofagica.com.br/produto/o-morro-dos-ventos-uivantes/>>

Em 2021, a editora Antofágica, ao anunciar sua edição de *O Morro dos Ventos Uivantes* (Figura 14), teve uma repercussão negativa quanto à arte presente na capa. Essa era composta por uma ilustração de busto humano com delimitações difusas, em um fundo com tons de azul, preto, verde e roxo. Com traços bem marcados e uma casa ao fundo, o título se sobrepõe ao busto da figura em letras pretas e cursivas. O tumulto causado nas redes sociais e no canal do Telegram da editora não estão mais disponíveis, mas comentários no Twitter julgam a capa como "feia que dói", "excesso de informação", "horrenda". Um usuário ainda comenta: "tô entre amar e odiar essa capa, por um lado eu achei bem artística como pinturas renascentistas, o que é lindo! Mas tbm [sic] achei *artístico demais*" (grifo da autora). Após esse anúncio, a própria editora, em sua conta oficial no Twitter, publicou que, por conta dos comentários negativos, iria refazer a capa, mesmo que a referida edição já estivesse disponível para pré-venda no site da Amazon. Conforme dito pela editora:

Os comentários sobre a capa nos deixaram em alerta. É normal que uma arte acabe desagradando alguns, mas aqui foi diferente. Por isso, depois de muito conversar entre a gente, decidimos tirar essa capa do ar e refazê-la. A opinião de vocês é super importante pra nós e sempre acompanhamos os pedidos de publicações, comentários sobre os livros e outras mensagens que vocês nos mandam. (ANTOFÁGICA, 2021)

Assim, percebemos não só o impacto que as capas têm na recepção do livro, mas também que o trabalho editorial e do designer está suscetível às diretrizes da demanda do mercado e de outros profissionais que interferem em sua prática laborativa. E ainda: que esses mesmos profissionais e esse próprio mercado é influenciado por diversas dinâmicas de poder que ajudam a constituir as estruturas sociais que nos inserimos. Portanto, quando Ribeiro (2000, p.375 apud MATTOS, RIBEIRO, VIANNA, 2016, p. 352) complementa sua fala ao atribuir à capa uma função comercial que com "a elevação de seu padrão estético satisfaz e educa o gosto do público", devemos questionar que gostos são esses que estão educando e satisfazendo o público, e por quê.

5.2 A atividade criativa em seu contexto social

Conforme já debatido ao longo do capítulo 3, diversas disputas de poder permearam e ainda permeiam a construção das bases estruturais no Brasil, como o colonialismo europeu e o imperialismo estadunidense. Essas estruturas se ramificam e se fazem presentes também nas diversas áreas que compõem a indústria editorial, seja através do trabalho do designer, editor ou agente literário. Em específico, relembramos aqui a influência hegemônica da Europa, neste caso, mais especificamente, da Grã-Bretanha, e dos Estados Unidos no mercado de publicações, influência essa que Thompson (2012, p.14) atribui ao fator linguístico: são anglo-saxões.

Thompson (2012, p.14) alega que, pelo inglês ter se estabelecido como a "língua global" no século XIX – muito por conta dos processos coloniais e imperialistas, embora esses não sejam mencionados pelo autor – esse fenômeno deu uma vantagem às editoras anglo-saxônicas, ampliando seu espaço de potencial atuação global. E isso aconteceu inclusive em países não anglófonos, como o Brasil, por conta de políticas dos EUA, como a supracitada OCIAA, que facilitou o intercâmbio de tradutores entre os países para expandir seu mercado literário na América Latina (MORINAKA, 2019, p. 694). Segundo Thompson (2012, p.14), os Estados Unidos e a Inglaterra hoje publicam e exportam mais livros do que qualquer outro país. Dessa forma, temos um cenário nacional e internacional culturalmente assimétrico, que favorece produções em inglês em detrimento a obras em outros idiomas ou de outras culturas. Um exemplo dessa relação desigual é o fato de que, conforme dados de Thompson (*idem, ibidem*), os livros em inglês dominam o mercado e estão predominantemente presentes nas listas de mais vendidos de outros países, quando raramente livros traduzidos de outros idiomas aparecem nas listas da Inglaterra ou dos EUA.

Assim, o OCIAA, que deveria trabalhar por uma troca entre as culturas da América Latina e dos Estados Unidos, desenvolveu-se sob uma ótica unilateral no Brasil, na medida em que, enquanto livros brasileiros raramente aparecem nas listas de mais vendidos de países anglo-saxões, as listas de mais vendidos no Brasil são tomados majoritariamente por livros em inglês. Segundo o site Publishnews, em 2022, dentre

os vinte livros de ficção mais vendidos do ano, três são brasileiros, dois são quadrinhos japoneses, enquanto os quinze restantes são de origem anglófona. Analisando as listas em retrocesso até 2017, percebemos uma estabilidade nesse padrão, em que obras brasileiras variam de duas, tendo seu máximo de seis obras na lista em 2018, enquanto a maioria em todos os outros anos foi constituída por obras escritas em inglês. Nenhuma outra obra originalmente escrita em outro idioma aparece na lista, com exceção dos quadrinhos japoneses que, além de 2022, aparecem em 2021 também com dois títulos.

A forte influência dos países anglo-saxões também pode ser observada em outros campos do processo editorial que envolve o desenvolvimento de livros. No trabalho de Queiroz, Hemais e Pessoa (2021, p. 1036), a partir da análise semiótica de 304 capas de livros clássicos estadunidenses e brasileiros, é percebida a existência de uma fidelidade à representação dos personagens estadunidenses, enquanto nas edições dos EUA de livros brasileiros, quando os personagens não são representados respeitando suas características, eles são excluídos da representação. O estudo também pontua que é comum no Brasil e dentro do universo analisado, usarem as mesmas imagens de capa das edições estadunidenses, realizando apenas uma adaptação do texto verbal. Em contrapartida, nenhuma editora dos Estados Unidos faz o mesmo com as capas brasileiras. Um outro ponto percebido pelos autores é a presença de indicações da nacionalidade do autor nas capas estadunidenses de obras brasileiras, como bandeiras ou indicações verbais. Já no Brasil, os livros originalmente oriundos dos EUA não possuem qualquer indicação desse tipo. Para além de discorrermos sobre essas decisões representativas identificadas pelos autores, consideramos que essas diferenças demonstram que, ao passo que não exista a necessidade de pontuar a presença cultural dos EUA, existe uma naturalização da influência desse país nas nossas práticas e construções sociais, evidenciando mais uma vez a assimetria da relação cultural estabelecida entre Brasil e Estados Unidos.

Os países anglo-saxões também demonstram forte presença no trabalho do tradutor no Brasil. Dados analisados por Wischenbart (2005 apud THOMPSON, 2012, p.20) mostram que mais da metade de todos os livros traduzidos no mundo são de originais em inglês, enquanto apenas 6% de traduções são feitas em outros idiomas

para o inglês. No Brasil podemos explicar o volume de traduções na língua inglesa a partir do fomento por parte da OCIAA para intercâmbio de tradutores (MORINAKA, 2019, p. 694).

Porém, as relações assimétricas tornam-se mais evidentes quando identificada a influência da língua anglo-saxônica em traduções de obras originais escritas em outros idiomas. Diversos livros no Brasil acabaram tendo uma tradução indireta quando seu idioma original não é o inglês, ou seja, obras não escritas em inglês acabam sendo traduzidas para o português a partir de sua versão inglesa, ao invés de sua língua original. Ji Yun Kim (2022), professora de língua e literatura coreana na USP, comenta em entrevista cedida para a Revista Sartel como "o mundo da tradução é muito dominado pela língua inglesa, independentemente de onde vem a obra", e identifica como pontos que sustentam esse cenário a dominância da língua inglesa no mundo e o pioneirismo anglo-saxão em traduzir a maioria das "obras literárias marginais" (KIM, 2022). A professora revela ainda que, durante o processo de tradução direta do livro *Atos Humanos* de coreano para o português, ela teve que lutar para que sua tradução fosse respeitada, quando o revisor insistia em seguir as mesmas decisões presentes na edição inglesa, um referencial que o revisor trazia claramente como fator decisivo. Uma das notas feitas pelo revisor que Kim (2022) traz como exemplo dessa relação tumultuada foi: "na tradução inglesa não estava escrito assim".

Logo, mesmo que a Coreia do Sul seja hoje uma grande potência cultural, investindo no aumento da exportação de livros sul-coreanos mundialmente, essas obras acabam chegando ao leitor brasileiro através da intermediação e interferência dos países anglófonos. Dos treze livros de ficção sul-coreanos publicados no Brasil²⁵, cinco são traduções indiretas do inglês. Dos outros sete, mesmo sendo traduções diretas a partir do coreano, alguns acabaram sofrendo a influência de suas traduções inglesas, como foi o caso exemplificado da tradução de *Atos Humanos* pela professora Ji Yun Kim (2022). São diversos os debates na área da Linguística que abordam a relação das traduções brasileiras de obras coreanas com

²⁵ Dados obtidos a partir da pesquisa realizada em outubro de 2022 no site Digital Library of Korean Literature, site oficial do governo Sul Coreano que cataloga todas as traduções de livros coreanos existentes, oferecendo ficha catalográfica completa.

os países falantes de inglês, conforme pôde ser observado durante o 1º Simpósio de Literatura Coreana. De acordo com diversos dos trabalhos apresentados, para além do julgamento de valor das traduções — que não é nosso objetivo aqui —, evidencia-se a importância de pensar acerca da língua inglesa como mediador das trocas culturais com a literatura coreana e sua interferência na recepção e assimilação entre as nossas culturas.

Dessa forma, entendendo o trabalho do designer como uma prática inserida — e portanto influenciada —, pelas suas estruturas sociais e contextualização histórica, torna-se necessário investigar o trabalho dos designers de capa de livros sul-coreanos no Brasil a partir da perspectiva da influência dos países anglo-saxônicos no mercado editorial nacional. Durante essa pesquisa, não encontramos estudos que já tenham se debruçado sobre essa questão, embora referencial teórico sobre a influência do idioma inglês no mercado editorial local já exista — e tenha sido empregado nesse trabalho até aqui.

5.3 O desenvolvimento das capas brasileiras dos livros de ficção sul-coreana

A catalogação de capas de livros de ficção sul-coreana no Brasil apresentada no capítulo 2 demonstrou as similaridades visuais que as capas brasileiras têm com as versões anglo-saxãs e forneceu a base para a investigação teórica apresentada ao longo deste trabalho. A partir das discussões e contextualizações apresentadas nessa análise histórico-social, idealizamos a realização de entrevistas semi-estruturadas com os designers responsáveis pelas supracitadas capas, para tentar identificar elementos extra-Campo que influenciaram na determinação dos fatores estéticos de seus trabalhos. Dentre as treze publicações, não foi possível identificar os designers responsáveis por quatro delas. Sendo assim, obtivemos a seguinte relação de designers e capas:

- Alan Maia: *Flor Negra* (2014);
- Laísa Andrade: *Por favor, cuide da mamãe* (2012);

- Pedro Inoue: *A vegetariana* (2018), *O bom filho* (2019), *Sete Anos de Escuridão* (2022);
- Marcelo Delamanha: *Atos Humanos* (2021);
- Beatriz Dórea: *Noite e dia desconhecidos* (2021);
- Ing Lee: *Castella* (2022);
- Susa Monteiro: *Sobre minha filha* (2022)
- Designers não identificados: *Por favor, cuide da mamãe* (2012); *A vegetariana* (2013), *Sukiyaki de domingo* (2014), *Nossas horas felizes* (2017).

Da listagem obtida desconsideramos a designer Susa Monteiro, por ela ser portuguesa, não estando inserida nos mesmos contextos extra-Campo discutidos neste trabalho. Por conta do tempo, disponibilidade e acesso conseguimos realizar entrevistas com Pedro Inoue, Marcelo Delamanha e Beatriz Dórea através da plataforma do Google Meets entre Maio e Junho de 2023. Abaixo, discorreremos acerca de pontos gerais abordados nas entrevistas.

Um comentário comum presente nas três entrevistas foi a reafirmação da importância de uma investigação extra-estética: todos os entrevistados enfatizaram as trocas com outros profissionais como determinantes para definir o direcionamento estético das capas. Conforme os entrevistados, sobretudo os editores ou produtores gráficos serviam como intermédio não só entre os entrevistados e os interesses da editora, mas entre eles e o conteúdo do livro. Essa relação laborativa demonstra como a natureza dessa prática não é produzida em isolamento, e, conforme pontuado por Adrian Forty (1986, p.7), a estética de produtos está condicionada às condições de sua produção.

Sobre o processo de desenvolvimento de *A vegetariana* (Figura 07), a versão de 2018 publicada pela Todavia, o designer Pedro Inoue nos conta acerca da grande quantidade de versões produzidas antes da versão final ser aprovada. As ideias discutidas apresentavam outros elementos e outras cores, que a partir das trocas com a produtora gráfica responsável pelo projeto direcionaram sua versão final, à qual temos acesso hoje. As capas desenvolvidas em seguida, para a mesma editora, *O bom filho* (Figura 02) e *Sete anos de escuridão* (Figura 08) tiveram menos

versões antes suas aprovações, fato que ele atribui à experiência primária com a capa de *A Vegetariana*.

Pedro falou bastante do papel determinante da editora nas possibilidades criativas no desenvolvimento de capas, pontuando a Todavia como uma editora com *briefing* mais aberto e que considera a individualidade do profissional que está realizando o trabalho, diferente de outras editoras mais antigas, que normalmente possuem *briefings* mais fechados. A troca de ideias mais aberta possibilitou ao Pedro, por exemplo, a lutar pela presença na capa de *A vegetariana* do título e nome da autora escritos também em Hangul²⁶. Porém, apesar das capas finais seguirem seu estilo e serem feitas a partir de suas decisões criativas, essas decisões foram orientadas e limitadas pela produtora gráfica responsável por aprovar ou não sua produção. Pedro inclusive afirmou que sabe da existência de muitas opiniões sobre a capa além da produtora gráfica, mas que ele não tem ideia de como acontece a dinâmica de pesos para o resultado final. Novamente, evidencia-se aqui como o designer não tem um poder de escolha unicamente próprio, estando sujeito a interesses externos à sua prática.

Marcelo Delamanha, responsável pelo desenvolvimento da capa de *Atos Humanos* (Figura 01), também publicado pela Todavia, assim como Pedro, considera os *briefings* da editora abertos e as trocas com a produtora gráfica frutíferas. Marcelo, que já tinha feito uma outra capa para a editora, percebeu algumas diferenças no processo de criação da capa de *Atos Humanos*, que ele acredita serem em decorrência ao sucesso de *A Vegetariana*, livro da mesma autora publicado anteriormente. O desenvolvimento primário da capa de *A Vegetariana* acabou por influenciar e determinar alguns direcionamentos estéticos para a capa de *Atos Humanos*: o *briefing* solicitava que as capas conversassem entre si, mas respeitando a individualidade de cada obra e de cada profissional responsável pelo trabalho.

Dessa maneira, seguindo a visualidade de *A Vegetariana*, a editora sugeriu a centralização de um elemento em um fundo mais limpo e sem volume. A capa

²⁶ Hangul é o nome do alfabeto coreano.

também teve outras versões, com outros elementos e cores, e ajustes foram solicitados até chegarem à sua versão final, que foi apresentada com opções de combinação de cores variadas. Ele afirma que a editora acabou optando por uma versão de cores mais quentes, para diferenciar d'*A Vegetariana*. Um fator curioso desse processo é que as imagens enviadas pela editora como referência incluíam as capas estadunidenses, portuguesa e algumas europeias, mas a capa original da obra Marcelo só foi conhecer através de pesquisas próprias para se familiarizar com a mesma. Ele ainda pontua como o processo criativo foi bastante influenciado pelo próprio título da obra, que foi traduzido do inglês, além de alguns outros textos e artigos. A experiência contada por Marcelo também evidencia um outro fator extra-Campo importante que influenciou o desenvolvimento dessa capa: a dimensão econômica do livro. Marcelo acredita que, também por conta do sucesso de vendas d'*A Vegetariana*, houve uma maior preocupação com o desenvolvimento dessa capa, tendo passado por mais esferas de aprovação.

Noite e dias desconhecidos (Figura 09), publicado pela DBA, faz parte de uma iniciativa recente da editora para publicar literatura além de livros de fotografia, esporte, gastronomia, artes visuais e biografias. Todas as capas desse projeto, um total de quase vinte, foram desenvolvidas por Beatriz Dórea, que mesmo responsável por essa área da editora, também realiza trabalhos externos e fora do mercado editorial. Como a editora é do pai de Beatriz, sua relação acaba sendo mais próxima com os outros profissionais e os *briefings* são mais abertos. As capas geralmente são desenvolvidas a partir da troca entre ela e o editor, em tom descontraído, muitas vezes através de um grupo de *WhatsApp*, e os únicos responsáveis pela sua aprovação são o editor e o dono da editora.

Por não ler a maioria dos livros para os quais desenvolve as capas, Beatriz depende da sinopse e de observações feitas pelo editor sobre o conteúdo do livro. No caso de *Noite e dia desconhecidos* não houveram direcionamentos estéticos, e a designer afirma que se baseou em palavras que o editor passou para ela, palavras que sintetizam a ideia do livro, como sonho e atmosfera etérea. Beatriz mencionou ainda dois fatores extra-Campo que influenciaram as diretrizes projetuais dessa capa. O primeiro foi o fator tempo. A designer conta que este projeto, por questões contextuais, teve que ser desenvolvido em um tempo reduzido, o que a fez tomar

decisões visuais mais práticas. O segundo foi o fator tecnológico, que envolve as possibilidades práticas de materialização do livro. Beatriz diz ter um estilo mais eclético, atemporal e um apreço por processos experimentais. Ainda, pela possibilidade de se usar cores Pantone na editora, ela conta que acaba preferindo se utilizar desse recurso nos seus projetos, como foi o caso de *Noite e dia desconhecidos*, um projeto duotone com cores especiais Pantone. Essa capa em especial não teve outras versões e foi aprovada sem ajustes.

As entrevistas realizadas confirmam como a aproximação com referenciais estadunidenses é naturalizado e passa despercebido nos processos de criação. Além disso, também fica claro como essa influência não pode ser atribuída exclusivamente ao designer de capa de livro, não só porque seu trabalho está sujeito ao intermédio de outros profissionais, mas também porque toda essa complexa relação laborativa está inserida dentro de conjunturas sociais que têm em suas bases estruturas que favorecem a troca com países anglo-saxões.

Para além disso, podemos ainda refletir sobre as razões, desconhecidas pelos designers, que contribuem para a aprovação de uma capa em detrimento de outra. De que maneira essa escolha também não está influenciada pelas complexas relações de poder que formam que interferem na construção social do gosto?

Por fim, a partir dos dados apresentados ao longo deste trabalho, levantamos aqui um outro questionamento: em que medida e como essa mediação anglo-saxã, que acaba atuando silenciosamente, aproxima e interfere na nossa percepção e recepção do outro quando este foge da nossa familiaridade?

6. Contribuição: o que envolve o livro

Como contribuição prática deste trabalho, projetamos algo que simbolizasse em forma física o que aqui foi abordado, porém com caráter de complemento, e não replicação. Assim, desenvolvemos uma capa de livro simbólica, não associada a qualquer obra em específico. Ela foi composta por diversos elementos que permeiam a elaboração do projeto gráfico de capas de livros, porém que acabam sendo invisibilizados e naturalizados nas práticas do designer. Desse modo, o trabalho busca uma associação direta ao objeto material tratado nesta pesquisa, contudo, sem determinar como certa ou errada qualquer orientação formal para a realização de capas.

Dessa maneira, a capa desenvolvida no Photoshop no formato de *jacket* foi constituída a partir da colagem digital de diversas imagens que representam visualmente as diversas questões apresentadas no texto, evidenciando como é complexa, plural e antiga as relações de poder históricas que envolvem um livro. A escolha de imagens foi pautada nos dados encontrados durante a pesquisa para realização teórica deste trabalho e ilustram o que foi apresentado nos capítulos acima.

Representando o capítulo 3, sobre relações de poder, temos a parte superior da *jacket*, que apresenta como ponto inicial, conforme os subcapítulos 3.3 e 3.4, a forte influência europeia e estadunidense nas bases da construção da sociedade brasileira, através do colonialismo e imperialismo, respectivamente. Ainda dentro do escopo do terceiro capítulo, temos ao lado esquerdo, o da contracapa, algumas das produções audiovisuais e artistas musicais de destaque, segundo listas que consideram quebra de recordes, lucratividade ou ganho de prêmios. Esses ilustram a assimetria da presença anglo-saxã, que ocupa maior espaço tanto na capa, como no cenário mundial. Porém, conforme abordado nos subcapítulos 3.2 e 3.5, os Estados Unidos e a Europa não estão sozinhos nessa disputa, e percebemos a presença de produções de outras nacionalidades, com destaque para a Coreia do Sul, foco deste trabalho e destaque nesse setor, segundo dados apresentados anteriormente. A Coreia do Sul é um país que, assim como qualquer outro, tem sua

própria história de conflitos de poder, os quais atuaram na construção e influência da sua própria produção cultural, simbólica e política.

O capítulo 4 é representado pelas imagens presentes na parte inferior direita. Na primeira capa, utilizamos imagens das diversas escolas que influenciaram a institucionalização do Campo do Design no Brasil, induzindo também a construção do gosto, das cidades e de dimensões gerais do conhecimento no Brasil. São elas: Escola de Belas Artes de Paris, Academia Imperial de Belas Artes, Bauhaus, Escola de Ulm, Escola de Arte Instituto de Chicago, IAC, ESDI e Escola de Belas Artes da UFRJ. Suas aproximações arquitetônicas evidenciam, não coincidentemente, a relevância e a força dessas influências externas.

Relacionando-se com o capítulo 5 temos o conjunto de imagens presentes no canto inferior esquerdo, na quarta capa. As personalidades presentes nesta área correspondem aos autores mais vendidos do mundo (BINGO!, 2021), em alta no Brasil na lista de ficção em 2022 (PUBLISHNEWS, 2022) e mais citados (AVENTURAS NA HISTÓRIA, 2019). Acima deles temos a importante figura de Nelson Rockefeller, que segundo Morinaka (2019, p.693) era quem estava à frente dos projetos da OCIAA, responsável por estabelecer a base necessária para que hoje esses autores representados conseguissem se estabelecer no mercado editorial brasileiro, conforme discutido previamente. Além disso, trazemos autores sul-coreanos de destaque no cenário global (GOODREADS, s.d) para ilustrar a crescente presença da Hallyu no mercado editorial.

Apesar de descrever a colagem a partir de áreas delimitadas, na prática é perceptível que todas essas ideias e elementos se misturam e se entrelaçam formando um só conjunto semântico e estético. A escolha da colagem como estilo contribui para a construção deste efeito e evidencia a complexidade de influências que constituem nossa sociedade.

Assim, a *jacket* desenvolvida envolve um livro capa dura feito a mão de tamanho 15,5x21,5cm. O miolo possui 14 cadernos de 4 folhas, totalizando 112 folhas, fazendo uma aproximação com a espessura média de livros de literatura sul-coreana no Brasil. Ele foi construído com folha offset A4, 75 g/m² na cor marfim

dobrada ao meio. A folha de guarda, composta por papel *color plus* preto, une-se à capa dura encapada com papel Kraft. Todas as imagens usadas nesta colagem estão listadas na página 10.

Figura 15
Colagem elaborada



Fonte: Compilação da autora

Figura 16
Arquivo da jacket desenvolvida



Fonte: Compilação da autora

Figura 17
Jacket aplicada em *mockup* de livros



Fonte: Compilação da autora

Por fim, é importante destacar que a limitação deste trabalho é determinada pela análise de apenas algumas das muitas influências presentes no Brasil. Essas influências foram recortadas de acordo com a temática do projeto e escolhidas a partir da sua força assimétrica em relação às demais. Reconhecemos que, dada a pluralidade de um país de dimensões continentais, essas influências se manifestam de diferentes maneiras, com diferentes potências e em distintas regiões. Dito isto, reconhecemos a influência de diversas outras nacionalidades e produções culturais nas estruturas sociais brasileiras, apesar delas não estarem ilustradas neste trabalho. Ademais, também reconhecemos, conforme Ryoo (2009, p.143), que influências culturais em destaque só ocorrem a partir de sua interação com as culturas locais em que atuam, um processo de complexidade e extensão que buscamos, ainda que minimamente, representar de forma visual ao final desse trabalho.

7. Considerações Finais

Com este trabalho buscamos investigar como as estruturas sociais acabam por influenciar uma aproximação visual das capas brasileiras com capas anglo-saxãs de livros originalmente publicados na Coreia do Sul. A pesquisa partiu de uma catalogação das capas brasileiras de livros de ficção sul-coreanas a fim de confirmar e dimensionar as similaridades estéticas com capas originalmente publicadas nos Estados Unidos e Reino Unido. Os dados adquiridos validaram a percepção da autora de uma influência entre esses países e serviram de base para o desenvolvimento do trabalho, que buscou realizar a investigação a partir de três núcleos: como dinâmicas de poder travadas globalmente moldaram o estabelecimento da base das estruturas sociais da América Latina; como a própria institucionalização do Campo do Design também é influenciada por orientações hegemônicas e por fim, como essas dinâmicas influenciam o mercado editorial brasileiro, sobretudo o projeto de capas de livros de ficção sul-coreanos, o recorte dessa pesquisa. Sobretudo esses três núcleos constituíram a pesquisa bibliográfica e crítica desse trabalho.

A seguir, a realização de entrevistas com alguns dos designers responsáveis pelas capas catalogadas ocorreu a fim de evidenciar o impacto de fatores extra-Campo, esses oriundos das condições estruturais mencionadas acima, no direcionamento criativo no trabalho de desenvolvimento de capa desses livros. Finalizamos com a apresentação da contribuição prática, que consistiu em uma capa de livro simbólica que busca evidenciar fatores externos e contextuais que envolvem a construção do livro.

Nosso objetivo com esta pesquisa foi promover um debate crítico acerca do por quê o que estamos produzindo e o que está satisfazendo o público acaba se aproximando visualmente, de forma silenciosa, de referências estadunidenses e europeias, e não de outras partes do mundo. Com o referencial teórico abordado, a partir das análises de capas e das entrevistas desenvolvidas, julgamos que tal objetivo foi alcançado.

Para o futuro, consideramos que essa pesquisa constitui o primeiro degrau de uma discussão que tem potencial para se estender em diversas direções, vide a complexidade das nossas conjunturas sociais. Algumas dessas possíveis direções são: 1) a partir da perspectiva das relações de poder hegemônicas, podemos buscar entender como essas influências se manifestam em países contextualmente mais próximos da realidade brasileira, como em outras áreas da América Latina; 2) quanto ao Campo do Design, podemos pensar que tipo de influências visuais e teóricas são comumente abordadas em sala de aula, e de que forma elas determinam o que é produzido no Brasil, interferindo na própria construção do gosto; 3) no aspecto de desenvolvimento de capas de livros, podemos investigar se há a possibilidade de expandir as entrevistas para outros profissionais envolvidos neste processo, como editores e produtores gráficos, para tentar identificar com mais precisão os fatores determinantes para aprovação e orientação de capas; 4) ainda, podemos investigar se, assim como países anglo-saxões atuam como intermédio para produção de livros sul-coreanos no Brasil, essa mediação acontece ou não no caminho inverso.

Por fim, consideramos que esse é apenas o início de um debate sobre a desnaturalização das práticas de Design, visando expandir nossas noções do Campo.

8. Bibliografia

Antofágica. Oi, antofagenses! It's me, I'm Cathy 🇧🇷 Vamos falar sobre a capa de O Morro dos Ventos Uivantes?. Rio de Janeiro, 15 abr. 2021. Twitter: @antofagica. Disponível em: <https://twitter.com/antofagica/status/1382699562318630916?s=20>. Acesso em: 14 jun. 2023.

APPADURAI, Arjun. Modernity at Large. 7. ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

BHABHA, Homi K. The Location of Culture. Nova York: Routledge Classics, 2004. *E-book*.

CANCLINI, Néstor García. Imagined Globalization. Durham: Duke University Press, 2014.

CARNEIRO, Raquel. Em domínio público, livro '1984' vira ouro de editoras e vendas sobem 663%. Veja, 25 fev. 2021. Cultura. Disponível em https://veja.abril.com.br/cultura/em-dominio-publico-livro-1984-vira-ouro-de-editoras-e-vendas-sobem-663#google_vignette> Acesso em: 14 jun. 2023.

FARHI, Paul. 'Parasite' makes Oscars history as the first foreign-language film to win best picture. **Washington Post**, 10 fev. 2020. Style. Disponível em https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/parasite-makes-oscars-history-as-the-first-foreign-language-film-to-win-best-picture/2020/02/10/93b7e5f8-49fa-11ea-9164-d3154ad8a5cd_story.html> Acesso em: 9 jun. 2023.

FORTY, Adrian. Objects of desire. Cameron Books: Londres, 1986.

GHANDOUR, Fatime. O que é a billboard hot 100? Saiba mais sobre a parada musical: a antena 1 explica a história por trás de um dos principais rankings de música. **Antena 1**, 22 fev. 2022. Disponível em: <https://www.antena1.com.br/noticias/o-que-e-a-billboard-hot-100-saiba-mais-sobre>> Acesso em: 9 jun. 2023.

GOODREADS. Goodreads, c2023. Korean books. Disponível em: <<https://www.goodreads.com/shelf/show/korean>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

HALL, Stuart. Introduction. In: HALL, Stuart. Representation: Cultural representations and signifying practices. 8.ed. Glasgow: The Open University, p.1-12, 2003.

HASLAM, Andrew. O livro e o designer II - Como criar e produzir livros. 2.ed. São Paulo: Edições Rosari, 2010.

HEINRICH, Fabiana Oliveira. O Gosto Como Arbitrário Cultural no Campo do Design. *Revista Interfaces*, Número 25, vol.2., p. 122-135, 2016

IM, Yun Jung. A Literatura Coreana no Mundo & no Brasil. In: SIMPÓSIO DE LITERATURA COREANA DA USP, 1., 5 de setembro de 2022. Disponível em: <<https://youtu.be/XPxcJIQa7mc>> Acesso em: 5 de setembro de 2022.

KIM, Ji Yun. Professora da USP, Ji Yun Kim, fala sobre o processo de tradução de "Atos Humanos" [Entrevista concedida a] EUFROZINO, Giovana Tomaz, CUNHA, Matheus, MARTINS, Victor. *Revista Sartel*, 1a Ed., Março, 2022. Disponível em: <<http://sartel.fflch.usp.br/entrevistas/Ji-Yun-Kim>>. Acesso em: 21 de novembro de 2022.

KIM, Sujeong. Universality and particularity of K-pop as glocal culture. *Hallyu White Paper*, 2018, Coreia do Sul: Korean Foundation for International Cultural Exchange, p. 76-127, 2019.

KOFICE. *Hallyu White Paper*, 2018. Seul: KOFICE, 2019.

KOREA.NET. KOREA.net, s.d. Hallyu (Korean Wave). Disponível em: <<https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>> . Acesso em: 9 jun. 2023.

KWON, Seung-Ho; KIM, Joseph. The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave. *International Journal of Cultural Policy*, 20:4, p. 422-439, 2014.

LANDER, Edgardo. Ciências Sociais: saberes coloniais e eurocêntricos. In: LANDER, Edgardo (Org.). *A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais – perspectivas latino-americanas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Clacso, 2005.

LEE, Jihae. BTS has most No. 1 hits on Hot 100 chart this decade: Billboard. **KOREA.net**, 7 nov. 2022. Culture. Disponível em: <<https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=223816>> Acesso em: 9 jun. 2023.

LI, Long; LI, Xi; MIAO, Jun. A translated volume and its many covers – a multimodal analysis of the influence of ideology. *Social Semiotics*, VOL. 29, NO. 2, 261–278, 2019.

LOUREIRO, Juliano. Descubra quais são os maiores best-sellers de todos os tempos. **Bingo!**, 23 mai. 2021. Disponível em: <<https://www.livrobingo.com.br/os-maiores-best-sellers-de-todos-os-tempos>> Acesso em: 28 jun. 2023.

MAIA, Fernando Joaquim Ferreira; FARIAS, Mayara Helenna Veríssimo de. Colonialidade do poder: a formação do eurocentrismo como padrão de poder mundial por meio da colonização da América. *INTERAÇÕES*, Campo Grande, MS, v. 21, n. 3, p. 577-596, 2020.

MARQUES, Ana Flávia. Brasil é o 3º país do mundo que mais consumiu doramas na pandemia. *O Povo*, 10 ago. 2021. Vida & Arte. 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: 9 jun. 2023.

MATTOS, Margareth Silva de; RIBEIRO, Patricia Ferreira Neves; VIANNA, Sabrina. Capas e contracapas de livros ilustrados: espaços privilegiados e estratégias discursivas. *Cadernos de Letras da UFF Dossiê: A crise da leitura e a formação do leitor* nº 52, p. 349-379, 2016.

MIGNOLO, Walter D. *Histórias Locais/ Projetos Globais: Colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. São Paulo: UFMG, 2003.

MIN, Wonjung. Korean Wave Reception and the Participatory Fan Culture in Latin America: What Lies Beyond the Media Reports. In: Yoon, Tae-Jin; JIN, Dal Young. *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Londres: Lexington Books, p.145-161, 2017.

MORINAKA, Eliza Mitiyo. Livros, trocas culturais e relações internacionais Brasil-Estados Unidos em um contexto de guerra (1941-1946). *Varia Historia, Belo Horizonte*, vol. 35, n. 69, p. 691-722, 2019.

NYE, Joseph. *Soft Power*. Nova York: PublicAffairs, 2004. *E-book*.

OURIVES, Maíra. *Soft Power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo*.

OFFICIALPSY. PSY - 'That That (prod. & feat. Suga of BTS)' Full Interview. *Youtube*, 6 mai. 2022. Disponível em: <https://youtu.be/G8K_UxojCzM>. Acesso em: 9 jun. 2023.

PREVIDELLI, Fabio. Livro de paulo freire já foi o terceiro mais citado em trabalhos acadêmicos na área de humanidades. *Aventuras na História*, 24 dez. 2019.

Disponível em:

<<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-quem-foi-paulo-freire.phtml>>. Acesso em: 28 jun. 2023.

PSY'S Gangnam Style becomes first video to be viewed 1 billion times on YouTube. **Guinness World Records**, 20 dec. 2012. Disponível em: <<https://www.guinnessworldrecords.com/news/2012/12/psys-gangnam-style-becomes-first-video-to-be-viewed-1-billion-times-on-youtube-46462>>. Acesso em: 9 jun. 2023.

QUEIROZ, Mariana L. E.; HEMAIS, Marcus W.; PESSÔA, Luís A. Um estudo pós-colonial, com o uso da semiótica, sobre capas de livros clássicos editados no Brasil e nos Estados Unidos. *Cad. EBAPE.BR*, v. 19, no 4, Rio de Janeiro, p. 1031-1046, 2021.

RYOO, Wongjae. Globalization, or the logic of cultural hybridization: the case of the Korean wave. *Asian Journal of Communication*, 19:2, p.137-151, 2009.

SÉRVIO, Pablo Petit Passos. O que estudam os estudos de cultura visual? *Revista Digital do LAV - Santa Maria - vol. 7, n.2*, p. 196-215, 2014.

SIMMER, Guilherme. Brasil é o 5º maior consumidor de K-Pop do mundo, segundo Spotify. *Metrópoles*, 23 set. 2020. Música. Disponível em <<https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/brasil-e-o-5o-maior-consumidor-de-k-pop-do-mundo-segundo-spotify>> Acesso em: 9 jun. 2023.

SUN, Lili; JUN, Jung-Woo. Effects of Hallyu on Chinese Consumers: A Focus on Remote Acculturation. *Sustainability*, 14, 3018, 2022.

SHIM, Doobo. Efficacy of Hallyu: beyond industry, beyond superpower. *Hallyu White Paper*, 2018, p. 58-75, 2019.

_____. Korean Wave in Southeast Asia. *Kyoto Review of Southeast Asia Issue 11: Southeast Asian Studies in Korea*. 2011.

THE Pinkfong Company. **Crunchbase**. Disponível em: <<https://www.crunchbase.com/organization/smartstudy>> Acesso em: 9 jun. 2023.

THOMPSON, John B. Merchants of Culture. 2.ed. Londres: Penguin Group, 2012.
E-book

WOLFF, Janet. A Produção Social da Arte. Rio de Janeiro: Zahar Editores S.A.
1982.*E-book*.

YOON, Kyong. Postcolonial Production and Consumption of Global K-pop. In: Yoon,
Tae-Jin; JIN, Dal Young. The Korean Wave: Evolution, Fandom, and
Transnationality. Londres: Lexington Books, p.109-125., 2017.