

# Estado e Sociedade frente às Questões Sociais

Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)



# Estado e Sociedade frente às Questões Sociais

Luciana Pavowski Franco Silvestre  
(Organizadora)



2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Geraldo Alves  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
E79	Estado e sociedade frente às questões sociais [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia. ISBN 978-85-7247-801-4 DOI 10.22533/at.ed.014192111  1. Brasil – Política social. 2. Estado e sociedade. 3. Serviço social. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco.  CDD 361.61
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

O e-book "Estado e sociedade frente às questões sociais" apresenta 23 artigos que tratam de temáticas vinculadas às situações de vulnerabilidade e risco social, bem como, formas de organização e mobilização da sociedade frente a estas, que se expressam através da garantia de direitos, dos aspectos culturais e das políticas públicas implementadas pelo Estado.

Os artigos estão organizados em quatro seções, conforme segue: "**Cultura, percepções e construção de imagem**" com cinco artigos através dos quais são debatidos aspectos relacionais e de contexto que contribuem para formação da identidade e cultura em seu entorno. "**Estado e Políticas Públicas**" apresenta nove artigos que dialogam sobre os direitos estabelecidos e a materialização destes enquanto políticas públicas, pautando-se de forma concomitante os desafios postos diante das reformas ensejadas pelos preceitos neoliberais que incidem na fragilização da atuação estatal; Na seção "**O direito e os seus desdobramentos na sociedade contemporânea**" são apresentados seis pesquisas que congregam debates voltados para os direitos estabelecidos e inferências diante dos aspectos criminológicos, adolescência e a prática de atos infracionais, relações de trabalho, tecnologia e processos eleitorais. Por fim, a seção "**Categoria de análise e questões epistemológicas**" apresenta dois artigos que analisam a superpopulação relativa a partir da categoria marxiana e os problemas epistemológicos nas ciências humanas no Brasil.

As temáticas abordadas são bastante atuais e apresentam relação entre si. Contribuem para a divulgação de estudos e análises voltadas para os desafios postos nas relações da sociedade contemporânea.

Boa leitura a todos!

Luciana Pavowski Franco Silvestre

## SUMÁRIO

### CULTURA, PERCEPÇÕES E CONSTRUÇÃO DE IMAGEM

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A CRIAÇÃO DE UMA <i>CITY IMAGE</i> DO RIO DE JANEIRO ATRAVÉS DA ECONOMIA CRIATIVA	
Alice dos Santos Braga	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921111</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>10</b>
<i>HALLYU WAVE</i> : A CULTURA COMO MECANISMO DE SOFT-POWER SUL-COREANO	
Fernanda Vieira Carvalho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921112</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>22</b>
PADRÕES DE BELEZA NA SOCIEDADE: EXPRESSÕES NO COTIDIANO ESCOLAR	
Rosilda Arruda Ferreira	
Djavan Thiago Santos Oiteiro	
Monique Santos da Silva	
Thaiane Almeida Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921113</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>35</b>
“VIOLENCIA, DESORDEM E BEBEDEIRAS”: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO CLUBE FORRÓLÂNDIA NO MUNICÍPIO DE ORLÂNDIA-SP (2000-2010)	
Bruno César Pereira	
Vania Vaz	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921114</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>46</b>
PAI ALCOOLISTA: PERCEPÇÕES E VIVÊNCIAS DE UMA FILHA	
Elizabeth Filgueira da Costa	
Daniela Heitzmann Amaral Valentim de Sousa	
Kay Francis Leal Vieira	
Ivana Suely Paiva Bezerra Mello	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921115</b>	

### ESTADO E POLÍTICAS PÚBLICAS

<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>58</b>
A ATUAÇÃO DO ESTADO, ENQUANTO GARANTIDOR DE DIREITOS, DIANTE DA POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE: AS ENCHENTES SAZONAIS DO MUNICÍPIO DE RIO BRANCO	
Régis Hartmann	
Carina Valesca Soares Lima	
Lanna Chely Bezerra Dias da Rocha	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921116</b>	

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>76</b>
A REFORMA DO ENSINO MÉDIO NA PERSPECTIVA DO NEOLIBERALISMO E DA PROTEÇÃO SOCIAL: DA MEDIDA PROVISÓRIA Nº 746/17 À LEI Nº 13.415/17	
<a href="#">Marcos Felipe Rodrigues de Sousa</a> <a href="#">Alessandra Pereira Nunes</a> <a href="#">Raimunda Eliene Sousa Silva</a> <a href="#">Suziany de Oliveira Portéglio</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921117</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>90</b>
COMO SE ARTICULAM NO ESPAÇO PÚBLICO INDICADORES FISCAIS E POLÍTICAS SOCIAIS? OS EFEITOS DA EMENDA CONSTITUCIONAL 95/2016 SOBRE O SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE À LUZ DE UMA ABORDAGEM PÓS-ESTRUTURALISTA	
<a href="#">Bruno Moretti</a> <a href="#">Elton Bernardo Bandeira de Melo</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921118</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>102</b>
DESIGUALDADE SOCIAL E INSUFICIÊNCIA DAS POLÍTICAS PÚBLICAS NO COMBATE À POBREZA	
<a href="#">Francisco Mesquita de Oliveira</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0141921119</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>116</b>
O GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO ADOTA A AGENDA 2030 EM SUA ESTRATÉGIA PÚBLICA?	
<a href="#">Cândido de Souza Pereira</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211110</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>137</b>
POLÍTICAS EDUCACIONAIS NO BRASIL	
<a href="#">Adelcio Machado dos Santos</a> <a href="#">Jucielle Marta Baldissareli</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211111</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>146</b>
DEVER DO ESTADO EM GARANTIR O ACESSO À INTERNET COMO PRESSUPOSTO DE EFETIVIDADE SOCIAL DA CIDADANIA DIGITAL	
<a href="#">Eid Badr</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211112</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>159</b>
A CRISE NA VENEZUELA E O DIREITO DOS REFUGIADOS NO BRASIL	
<a href="#">Jonas Modesto de Abreu</a> <a href="#">Bruno Henrique Martins de Almeida</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211113</b>	

<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>172</b>
MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR TRANSPARÊNCIA? UMA ANÁLISE DO IMPACTO DO DESENVOLVIMENTO MUNICIPAL NO SEU GRAU DE TRANSPARÊNCIA	
Pedro Severino do Nascimento Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211114</b>	
<b>O DIREITO E OS SEUS DESDOBRAMENTOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>187</b>
A POSSIBILIDADE DE EQUIPARAÇÃO SALARIAL DA ATIVIDADE-FIM DO TERCEIRIZADO COM O EMPREGADO CONTRATADO DIRETAMENTE PELA TOMADORA DE SERVIÇO	
Ticiania Poncio de Lima Felipe Oswaldo Guerreiro Moreira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211115</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>206</b>
CRIMINOLOGIA FEMININA AFETIVA: ANÁLISE SOB A ÓTICA DO ABOLICIONISMO E MINIMALISMO PENAL	
Isael José Santana Julia Romano Barbosa Raul Dias Ferraz	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211116</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>218</b>
DELINQUÊNCIA FEMINIL: BREVES ASPECTOS HISTÓRICOS E CRIMINOLÓGICOS	
Ana Carolina Medeiros Costa Paula Isael José Santana	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211117</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>231</b>
REDUÇÃO DA MAIORIDADE PENAL: É POSSÍVEL PENSAR DIFERENTE	
Rosalice Lopes Giovanna Loubet Ávila	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211118</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>243</b>
O DIREITO À PRIVACIDADE EM FACE DA INTERAÇÃO CÉREBRO-MÁQUINA: A NECESSIDADE DE UMA ÉTICA DO ACESSO AO PENSAMENTO	
Lafaiete Luiz do Nascimento Diogo de Calasans Melo Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211119</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>256</b>
COMPETIÇÃO ELEITORAL COMO INCENTIVO À CORRUPÇÃO: ANÁLISE DAS ELEIÇÕES 2014 PARA GOVERNADOR E OS CASOS PERCEBIDOS DE COMPRA DE VOTOS	
Pedro Henrique Ribeiro da Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211120</b>	



## CATEGORIAS DE ANÁLISE E QUESTÕES EPISTEMOLÓGICAS

<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>270</b>
A ATUALIDADE DA CATEGORIA MARXIANA DA SUPERPOPULAÇÃO RELATIVA: TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS	
Ana Virgínia do Nascimento Moreira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211121</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>282</b>
PROBLEMAS EPISTEMOLÓGICOS NAS TESES DE CIÊNCIAS HUMANAS NO BRASIL	
Rodrigo Dutra Gomes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.01419211122</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>291</b>
UM ESTUDO DE CASO DAS ASSOCIAÇÕES DE COLETORES DE MATERIAIS RECICLÁVEIS DE FLORIANÓPOLIS – SC	
Alessandra Knoll Sérgio Luís Boeira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.014192111223</b>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA</b> .....	<b>307</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>308</b>

## HALLYU WAVE: A CULTURA COMO MECANISMO DE SOFT-POWER SUL-COREANO

**Fernanda Vieira Carvalho**

Universidade Federal da Paraíba

João Pessoa – Paraíba

**RESUMO:** Este trabalho, o qual consiste nos capítulos iniciais de um Trabalho de Conclusão de Curso, busca por meio de uma retrospectiva histórica apresentar, sob a perspectiva da Diplomacia Cultural, de que maneira a cultura pop, conhecida por Hallyu Wave, se tornou um mecanismo importante para a agenda da política interna e externa da Coreia do Sul. Dessa maneira, a partir de uma revisão de literatura e análise de sites governamentais, buscou-se também apontar quais agências do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo estão envolvidas na promoção da “Onda Coreana” e quais são os principais produtos promovidos. Por fim, é possível concluir que sem as modificações políticas, culturais e econômicas sofridas pelo país durante o século XX, a promoção desses aspectos culturais não teria sido possibilitada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Soft Power, Diplomacia Cultural; Diplomacia Cultural Sul-Coreana; Hallyu Wave

**HALLYU WAVE: CULTURE AS A SOUTH KOREAN SOFT-POWER MECHANISM**

**ABSTRACT:** This paper, which consists of

the opening chapters of a Monography, aims to present, through a historical retrospective, from the perspective of Cultural Diplomacy, how pop culture, known as Hallyu Wave, has become an important mechanism for South Korea’s domestic and foreign policy agenda. Thus, from a literature review and analysis of government website, it was also sought to point out which agencies of the Ministry of Culture, Sports and Tourism are involved in promoting “Korean Wave” and what are the main products promoted. Finally, it can be concluded that without the political, cultural and economic changes suffered by the country during 20th century, the promotion of these cultural aspects would not have been possible.

**KEYWORDS:** Soft Power, Cultural Diplomacy; South Korean Cultural Diplomacy; Hallyu Wave

### 1 | INTRODUÇÃO

A história da Coreia do Sul é marcada por momentos de soberania e de lutas pela manutenção da mesma diante das invasões de seus principais vizinhos: China e Japão, Estados esses que, em contrapartida, são elementos importantes para que seja realizada uma análise cultural daquele país.

O século XX inicia para o Império Coreano com sua subordinação às grandes potências

mundiais, não demorando muito para sua derrocada e de toda a dinastia Joseon, há mais de 500 anos constituindo a Coroa, e, em consequência, sua anexação ao Império do Sol Nascente. A independência veio apenas ao final da Segunda Guerra Mundial.

Entretanto, isso não significou a paz para o povo coreano, os quais foram divididos por ideologia e um novo conflito armado. Assim, a Coreia do Sul permaneceu capitalista e sob influência dos Estados Unidos, tendo financiado seu crescimento e, também, desenvolvimento econômico, constituindo formidáveis índices de alfabetização e industrialização a partir de um rápido período de modernização.

Pouco a pouco, o país fomentou necessidade de estabelecer laços diplomáticos com os países asiáticos. As relações bilaterais com o Japão permaneceram e ainda permanecem conflituosas, assombradas pelo passado e por preceitos de dominação estereotipados. Quanto à China, seu antigo “soberano” cultural, o apoio à Coreia do Norte e seu alinhamento a ela por vezes estremece os laços com o Sul.

A parte setentrional da península sempre traz o Leste Asiático às pautas de Segurança Internacional ao que se é posto uma iminência de uma nova guerra. Todavia, o que se verifica é que enquanto a República Popular Democrática da Coreia vem desenvolvendo seu hard power, a República da Coreia tem aprimorado, desde a crise financeira de 1997, seus mecanismos de soft power. Diante desse cenário de necessidade de atuação diplomática e de crises, tem se tornado imprescindível os estudos culturais desses países e, por consequência, da Diplomacia Cultural para que haja a compreensão das relações interestatais.

Assim, na contramão da utilização de poder bruto, o presente estudo destaca-se pela abordagem da Diplomacia Cultural como ferramenta de construção de uma “Nation Branding” pelo país austral, baseando-se ainda na premissa de que os produtos culturais, sobretudo a música, representada pelo Kpop (não apenas ele, mas também telenovelas – nomeadas de “dramas” ou dramas coreanos -, filmes, livros, quadrinhos, games, comidas, cosméticos, modas, produtos de tecnologia digital) vêm ganhando cada vez mais destaque internacional.

Dessa maneira, a indagação norteadora da presente pesquisa apresentou-se como: “como a Diplomacia Cultural se concretizou como um mecanismo a ser utilizado nas relações internacionais da Coreia do Sul?”, sendo então sustentada pela hipótese de que “o Governo Sul-Coreano apoiou e apoia a exportação de produtos culturais expandidos através da Hallyu Wave como forma de superar crises, receber dólares e para a criação de uma Nation Branding”.

Para atingir o objetivo do estudo, realizou-se uma análise qualitativa de caráter descritivo, abarcando a construção histórica e os atores inseridos no mecanismo Hallyu Wave, seja público ou privado; e exploratória, visto a necessidade de entender os limites e possibilidades deste fenômeno. Sendo assim, foram utilizadas obras acadêmicas como artigos, dissertações e teses, bem como a perspectiva dos órgãos e agências governamentais da Coreia do Sul Ministry of Culture and Tourism, Korean

Creative Content Agency e Culture and Information Service, seja em relatórios ou livros publicados pelos mesmos, o que permitiu uma maior profundidade da análise.

## 2 | DIPLOMACIA CULTURAL: REFLEXÕES SOBRE O CONCEITO

Ribeiro (2011, p. 23-24) destaca a crescente importância da cultura na política internacional, tendo em vista a percepção - sobretudo dos países desenvolvidos - da possibilidade de superação de barreiras convencionais que separam os povos, de promoção ou estímulo de mecanismos de compreensão mútua, e de geração de familiaridade ou redução de áreas de desconfiança.

Dessa maneira, o autor afirma que os países desenvolvidos são pioneiros no que diz respeito à utilização da cultura nas Relações Internacionais, compelindo os países em desenvolvimento a aceitarem seus produtos culturais e formando alianças baseadas nessa hegemonia cultural. Assim, a importância da cultura em uma determinada relação interestatal pode depender, então, do grau de desenvolvimento e da força cultural, independentemente de ser em escala mundial, regional ou em uma relação bilateral (Ribeiro, 2011, p. 24).

Embora o estudo da Diplomacia Cultural seja multidisciplinar, podendo ser feito a partir das Relações Internacionais, do direito internacional, da economia cultural, ou de casos de estudo, a explanação teórica a que se destina este artigo visa trabalhar com os conceitos básicos da primeira vertente citada.

Joseph Nye (2004, p. 2) apresenta uma definição simplista do que vem a ser “poder”, por ele dito como a “habilidade de influenciar o comportamento de outros para se obter o que um deseja” (NYE, 2004, p. 2), algo possível através de coerção, seja por ameaças ou meios econômicos (sanções), ou de atração e cooperação. A capacidade de moldar as preferências dos outros através de meios econômicos ou militares é o *Hard Power*.

Por outro lado, o *Soft Power*, esse de difícil identificação ao não lançar mão de meios econômicos ou militares, não significa substituir o primeiro, mas sim complementá-lo de forma estratégica através de planos políticos objetivos. Dessa maneira, um país atinge seus objetivos pela influência, pois os outros admiram seus valores e se inspiram nele como forma de obter prosperidade (NYE, 2004, p. 5; ANG; ISAR; MAR, 2015, p 368).

Todavia, Nye (2004, p. 6) alerta para o fato de que *Soft Power* não se trata unicamente de influenciar, de persuadir ou mover pessoas por argumentação – característica também encontrada no *Hard Power* -; mas também no poder de atrair, apelar para sentimentos, valores e propósitos compartilhados como justiça e dever de contribuição.

Lee Geun (2009, p. 125), por sua vez, critica a definição de Nye e apresenta sua própria definição do que vem a ser *soft power* com base em dois critérios: “(1)

se o poder de cooptação ou apoio voluntário de outros é ou não observado, e (2) a presença de diferentes objetivos que os atores desejam alcançar através de tais poderes cooptores” (LEE, 2009, p. 125. Tradução própria), para enfim categorizar em:

- I. *Soft Power* para melhorar um contexto externo de segurança, projetando imagens pacíficas e atraentes de um país (LEE, 2009, p. 125);
- II. *Soft Power* para mobilizar o apoio de outros países para as políticas externas e de segurança de outro (LEE, 2009, p. 126);
- III. *Soft Power* para manipular o modo de pensar e as preferências de outros países (LEE, 2009, p. 126);
- IV. *Soft Power* para manter a unidade de uma comunidade ou comunidade de países (LEE, 2009, p. 126-127); e
- V. *Soft Power* para aumentar os índices de aprovação de um líder ou apoio doméstico de um governo (LEE, 2009, p. 127).

A partir dessas cinco categorias, o autor prossegue para estratégias para se desenvolver *soft power*, visto que é necessário que sejam orientadas por objetivos claros a serem definidos antes do exercício desse mecanismo de poder. Assim, as cinco estratégias elencadas por Lee Geun (2009) como mais prováveis de serem viáveis são:

- I. Manipulação ou criação de auto-imagens para melhorar o ambiente de segurança (LEE, 2009, p. 127-128);
- II. Manipulação de imagens de outros para mobilizar apoio para ações coletivas (LEE, 2009, p. 128);
- III. Estratégia de *Network Effect* (LEE, 2009, p. 128);
- IV. Acelerar a Mudança Situacional (LEE, 2009, p. 129); e
- V. Heróis e celebridades (LEE, 2009, p. 129).

Assim, de acordo com as conceitualizações apresentadas, os Estados necessitam de uma agenda que não seja somente baseada no *Hard Power*. É nesse ponto que a cultura vem a desempenhar um importante papel, pois

(...) nenhum outro instrumento trará implícita a noção de prestígio que geralmente está associada à cultura, ou os desdobramentos e inferências que esse prestígio possibilita em outros campos. O poderio militar ou econômico de uma nação tende a intimidar, a cultura seduz.

Por esses motivos, e muitos outros que poderiam ser facilmente evocados, os atos culturais permitem aos Estados diversificar, ampliar, enfatizar os pontos fundamentais – ou ressaltar determinadas minúcias – de suas atuações bilaterais ou multilaterais. (RIBEIRO, 2011, p. 37)

Sendo assim, a Diplomacia Cultural poderia ser considerada um mecanismo essencial de *Soft Power*, tendo seus temas compilados por Ribeiro (2011, p. 31) nos

seguintes tópicos: intercâmbio de pessoas, promoção da arte e dos artistas, ensino de língua como veículo de valores, distribuição integrada de material de divulgação, apoio a projetos de cooperação intelectual, apoio a projetos de cooperação técnica, integração e mutualidade na programação.

Entretanto, é importante ressaltar que o trabalho na área cultural como componente de política externa tem resultados em muito longo prazo, sendo de certa forma invisível ao buscar o estabelecimento de uma atmosfera favorável ao entendimento. Por isto, a cultura é considerada abstrata e de difícil precisão. Em resposta, Ribeiro relembra a relação entre Diplomacia Cultural e paz, informando ainda que além de combater estereótipos, “o intercâmbio cultural, na medida em que possibilita a transferência de um povo a outro de experiências, ideias e patrimônios valiosos, prolonga, enraíza, consolida e preserva uma atmosfera que favorece o entendimento” (RIBEIRO, 2011, p. 34); visto que, embora determinadas manifestações culturais de um país em outro possam ser consideradas singelas, elas são repletas de simbolismo e de “capacidade de sensibilizar, de convencer muito além dos limites de argumentos meramente políticos ou econômicos” (RIBEIRO, 2011, p. 37).

### **3 | INSTRUMENTO DA DIPLOMACIA CULTURAL SUL-COREANA: A HALLYU WAVE**

A difusão da cultura sul-coreana parece convergir para uma criação de uma “Marca Coreana” visando o desenvolvimento econômico e a criação de uma marca indissociável do país. Kim (2012, p. 2) atenta para o governo de Lee Myungbak (2002-2006), em que foi estabelecido o objetivo de redefinir a reputação nacional e valorizar a *Nation Branding*.

Assim, a “Marca Coreana” seria um plano de ação definido pelos seguintes pontos:

(...) promover o Taekwondo; enviar anualmente voluntários (e.g. serviço militar) para o estrangeiro; adoptar um programa baseado na Hallyu; introduzir bolsas de estudo Global Korea; adoptar um programa CAMPUS Ásia; aumentar a ajuda externa (ao desenvolvimento); desenvolver tecnologias de ponta; nutrir as indústrias da cultura e do turismo; tratar melhor os cidadãos estrangeiros e as famílias multiculturais; e ajudar os cidadãos coreanos a se tornarem cidadãos globais” (KIM, 2012, p. 2).

É perceptível então, a existência de políticas relacionadas à promoção da indústria cultural, que poderiam ser representadas, ainda segundo esse autor, pelo subsídio a custos de produção de filmes, séries e documentários, além da abertura dos Institutos King Sejong, os quais são responsáveis pela divulgação da língua e cultura coreanas ao redor do mundo.

De acordo com Souza (2015, p. 298), essas mercadorias (musicais como o Kpop, mas também telenovelas – nomeadas de “k-dramas” ou dramas coreanos



-, filmes, livros, quadrinhos, games, comidas, cosméticos, modas, e produtos de tecnologia digital) foram absorvidas e agregadas à cultura pop dos países receptores progressivamente, à medida que se estabeleciam processos comunicacionais de consumo, a partir de políticas e práticas para que houvesse reconhecimento e aceitação nos níveis doméstico e internacional, a exemplo da política do ex-presidente Lee Myungbak.

Há um consenso dos autores quanto ao início da expansão e o primeiro alvo da expansão cultural, a chamada *Korean Wave* ou “Onda Coreana”, nomeada assim pelos meios de comunicação chineses no final dos anos 90 para definir o enorme sucesso que os produtos coreanos estavam no nordeste do país. Chang Pao-li e Lee Hyojung (2017, p. 2) afirmam que o drama “*What is Love About?*”, que teria sido assistido por mais de 150 milhões de chineses, despertou o interesse pelos atores e cantores coreanos, enquanto no Japão, *Winter Sonata* foi exibido por quatro vezes com o áudio original e legendas em japonês (uma surpresa devido ao passado conflitivo dos países). Ambos foram exibidos no período de 1997-2014.

Chang e Lee (2017, p. 3) e Lee Geun (2009, p. 130) sugerem que esse contato com a música e telenovelas criou pouco a pouco interesse pela cultura coreana, expandindo para uma preferência por outros produtos, como, por exemplo, cosméticos, comidas, moda, eletrônicos e telefones celulares, em um processo em que primeiro se forma imagens favoráveis sobre a Coreia do Sul ao passo em que se cria a chance de aprender sobre a cultura da mesma, auxiliando a modificar antigas concepções advindas da Guerra da Coreia, que resultou na divisão da península.

Dessa maneira, podem ser distinguidos quatro momentos de expansão da *Hallyu Wave*:

- Hallyu 1.0: conforme supracitado, a primeira leva de produtos culturais sul-coreanos, os dramas, adentrou o Leste e Sudeste Asiático, sendo o primeiro mercado o chinês, proporcionando reaquecimento das relações estagnadas após o final da Guerra da Coreia. Assim, calcula-se que o montante de exportação de programas televisivos (aqui não apenas as telenovelas, como também programas de entretenimento e animações) aumentou 27,4 vezes entre 1995 e 2006 (em termos de capital, de US\$5,5 milhões em 1995 para US\$150,9 milhões em 2007) (JIN, 2012, p. 5);
- Hallyu 2.0: a partir de 2007, o impacto das inovações tecnológicas como redes sociais e *smartphones* tornou-se aliada dos produtos culturais sul-coreanos, abrindo um meio para que esses impactassem outras regiões do planeta. Os jogos *online* passaram a rivalizar com filmes e músicas, permitindo que essa indústria também sofresse um desenvolvimento significativo, tornando-se um dos principais itens de exportação. Já o *Korean Pop* (Kpop) também ganhou popularidade a ponto de terem sido exportados US\$80,9 milhões em música em 2010, enquanto no ano seguinte, atingiu-se a marca de US\$177 milhões (JIN, 2012, p. 6). Uma das principais razões para o crescimento a nível regional

e global desse estilo musical deve-se à presença de grandes empresas de entretenimento: *SM Entertainment*, *YG Entertainment* e *JYP Entertainment* (JUN, 2017, p. 156).

- Hallyu 3.0: apresenta foco em cosméticos, saúde, alimentação e software/entretenimento. Assim, marcas de cosméticos se apresentam estrategicamente em k-dramas e *k-movies*, mas também recrutam atores e atrizes como modelos e “embaixadores” como forma de estimular a popularidade dos produtos (JUN, 2017, p. 156).
- Hallyu 4.0: Hannah Jun (2017, p. 157) destaca a existência de um quarto momento de expansão para que a Hallyu Wave atinja a onipresença, ou seja, “um esforço para quantificar a penetração do conteúdo da Hallyu, ou um acúmulo de Hallyu 1.0 a 3.0” (JUN, 2017, p. 157. Tradução própria); buscando, para tanto, parcerias globais, particularmente com a China e países do Sudeste da Ásia

A Onda Coreana, todavia, não teria sido possibilitada não fosse a quebra com o passado autoritário do século XX, em que o governo ditatorial utilizava os aspectos culturais como formas de sustentar a máquina política, para um regime que permitia maior liberdade e reconhecimento da capacidade do potencial cultural, sobretudo o de desenvolvimento econômico nacional (KIM; KWON, 2013, p 4). Kim e Kim (2011, p. 14-15), por sua vez, destacam a importância das relações internacionais da Coreia do Sul para melhor compreender o ambiente sociocultural e político (o Japão e Estados Unidos trouxeram suas próprias influências que foram assomadas à cultura tradicional sul-coreana)

A crise financeira de 1997 causou um grande impacto nas indústrias culturais na Coreia do Sul, até então dominadas pelas provenientes dos Estados Unidos e Hong Kong. Assim, as empresas nacionais viam-se na obrigação de acompanhar as alterações econômicas e sociais que o país sofreu naquele ano ao passo que competição pelo mercado apenas aumentava.

Não somente isso, mas a queda do número de venda de CDs coreanos trouxe como medida a reabertura do mercado para produtos culturais japoneses. Todavia, essa onda de influência do Japão e dos outros dois países supracitados, uma vez absorvida, permitiu à Coreia mergulhar na ideia da *Hallyu Wave* como mecanismo para superar os efeitos da crise.

Nos primeiros anos da *Hallyu*, o governo apoiou a exportação dos produtos culturais como uma nova iniciativa econômica. Dessa maneira, durante o mandato do presidente Kim Daejung (1998-2003) (autoproclamado o “Presidente da Cultura), foi criada a *Basic Law for the Cultural Industry Promotion* em 1999, sendo alocados US\$148,5 milhões para o projeto (KIM, J., 2011, p. 9). Como resultado dessas medidas,

(...) o orçamento do setor cultural em relação ao orçamento total do governo por ano fiscal aumentou de 484,8 bilhões de won (cerca de 440 milhões de dólares), ou 0,60% do orçamento total do governo em 1998, para 1281,5 bilhões de won (1,1 bilhão de dólares), ou 1,15% do orçamento total do governo em 2002 (KIM, J., 2011, p 9. Tradução própria).



Já em 2005, o governo buscou uma prática mais mercantilista para tornar o país mais favorável ao surgimento de mais empresas privadas através do apoio do *Hallyu Policy Consultation Committe*, o qual consistia em acadêmicos e outros experts com função de informar ao governo o progresso e desafios da indústria cultural.

O apoio do governo sul-coreano foi fundamental para o aumento das exportações, visto que assim, organizações privadas puderam adentrar o mercado e vender cultura. Conforme demonstrado nos Gráficos 1 e 2, verifica-se que o número total de produtos culturais exportados em 2008 foi maior que o dobro do valor de 2004, chegando a 1884,4 milhões de dólares. Apesar disso, no ano de 2008, o valor de música exportado diminuiu para 16,5 milhões de dólares, assim como o de filme (21 milhões de dólares), à medida que jogos cresceu para 1093,9 milhões, animação para 80,6 milhões e broadcasting para 160,1 milhões.

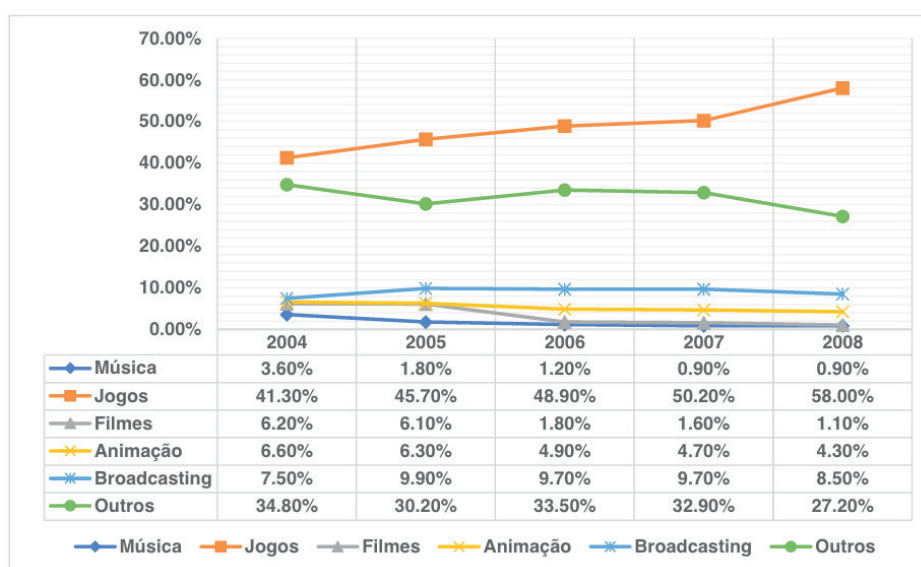


Gráfico 1: Porcentagem dos produtos da Hallyu exportados de 2004 a 2008

Fonte: MCT (2008, p. 46); MCST (2010b, p. 49) apud JANG (2012, p. 122)

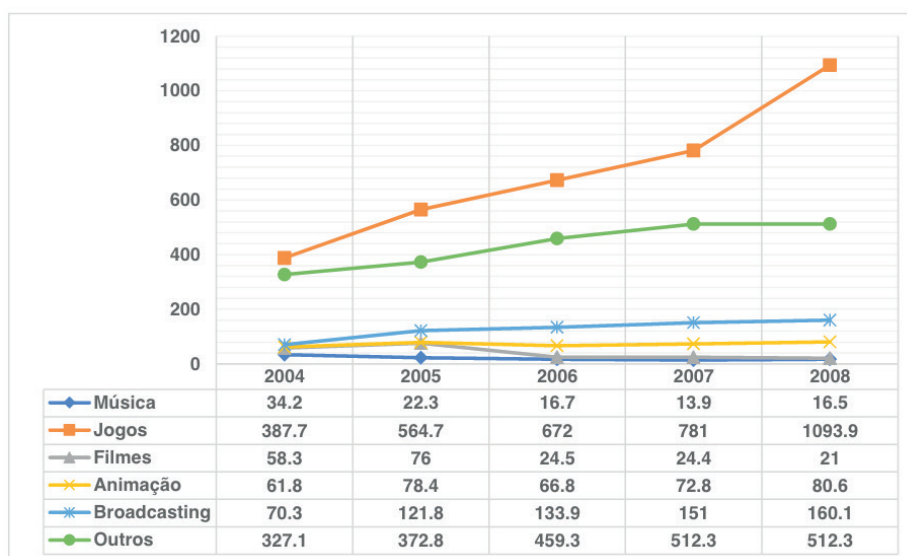


Gráfico 2: Exportação de produtos da Hallyu em milhões de dólares de 2004 a 2008

Fonte: MCT (2008, p. 46); MCST (2010b, p. 49) apud JANG (2012, p. 122)

Tendo reconhecido o potencial da cultura pop, o Governo Coreano buscou institucionalizar seus mecanismos que pudessem auxiliar a indústria na atividade de expandir a *Hallyu* (DESIDERE, 2013, p. 51). Assim, a Figura 1 busca apresentar uma visão sistêmica de como o governo coreano se estruturou para promover sua Diplomacia Cultural, sob liderança do *Ministry of Foreign Affairs and Trade* e o *Presidential Council on Nation Branding*.

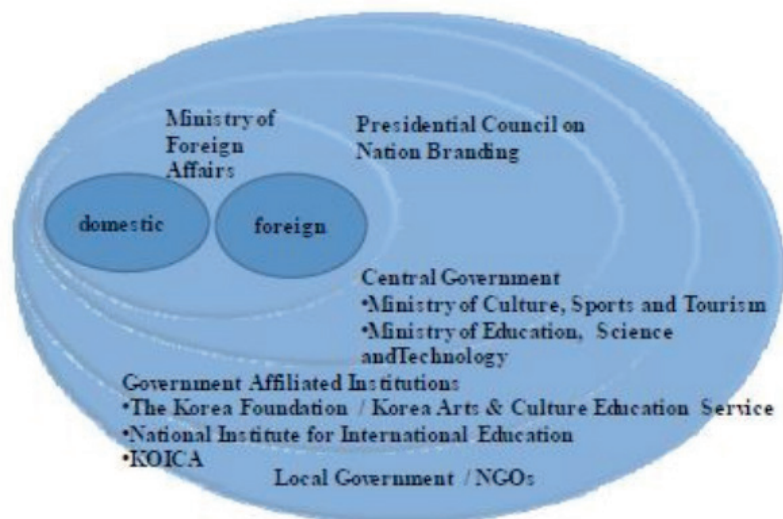


Figura 1 – Organograma da Estrutura Governamental Criada para a Diplomacia Cultural da Coreia

Fonte: *Ministry of Foreign Affairs and Trade* (2011, p. 26 apud Jang; Paik, 2012, p. 201)

O *MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS* (MOFA) reafirma que utiliza a *Hallyu* como um mecanismo para promover a comunicação entre pessoas de diferentes origens culturais, implementando, dentre outros, o Programa de Intercâmbio Cultural Mútuo para promover, na Coreia, as culturas de regiões que tiveram um baixo índice de intercâmbio mútuo com a Coreia. Juntamente a esse programa, as missões estrangeiras realizaram festivais coreanos para promoção de alimentos, cinema e outras produções artísticas sul-coreanas.

Dessa maneira, o *Ministry of Culture and Tourism* “desenvolve e implementa uma ampla gama de políticas para promover a cultura, artes, esportes, turismo e religião, a fim de proporcionar oportunidades culturais para o público” (KOREA.NET. Tradução Própria).

A primeira agência do *Ministry of Culture and Tourism* que merece destaque é o *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), criada em 1971, cujo objetivo é promover o país no exterior, funcionando como um canal de comunicação ao trazer informações ao público coreano sobre os intercâmbios culturais desenvolvidos à medida que promove o país. A KOCIS realiza sua missão através da emissão de relatórios sobre as políticas em curso, de reuniões de cúpula do presidente e de todos os tipos de cooperação internacional (KOZHAKHMETOVA, 2012, p. 31; KOREA.NET; *KOREA CULTURE AND INFORMATION SERVICE*, 2017).

Além das atividades supracitadas, é importante frisar que o KOCIS opera 31 centros culturais em 27 países, de modo a promover a cultura e escritórios de informações nas embaixadas e consulados coreanos. Dessa maneira, esse braço ministerial acaba por trabalhar com uma gama de organizações para que seja possibilitado apresentações de arte, exposições e festivais de música e cinema. (KOZHAKHMETOVA, 2012, p. 31; KOREA.NET; *KOREA CULTURE AND INFORMATION SERVICE*, 2017)

Em maio de 2009, foi criada a agência governamental *Korean Creative Content Agency* (KOCCA) – a partir da integração de cinco outras organizações, dentre elas: *Korean Broadcasting Institute*, *Korea Culture & Content Agency* e *Korea Game Agency* - para que pudesse auxiliar a indústria na atividade de exportação da *Hallyu* a partir da promoção de personagens, quadrinhos, música e outras atividades de cultura, apoio para a criação de novos conteúdos e desenvolvimento de tecnologias relacionadas de modo a aumentar sua competitividade (DESIDERE, 2013, p. 51; KOZHAKHMETOVA, 2012, p. 30; *KOREAN CREATIVE CONTENT AGENCY*).

É importante ainda destacar a abertura de centros estratégicos por parte da KOCCA em países como Brasil, China, Estados Unidos, Emirados Árabes Unidos, Indonésia, Inglaterra e Japão, que passaram a sediar eventos culturais, seminários acadêmicos, cursos de língua coreana, mas também a auxiliar a busca por novos talentos para se tornarem artistas na Coreia do Sul e empresas culturais que desejem adentrar o mercado desses Estados. (KOZHAKHMETOVA, 2012, p. 31; *KOREAN CREATIVE CONTENT AGENCY*).

Kozhakhmetova (2012, p. 31) aponta a diferença fundamental entre os dois órgãos. Assim, enquanto a KOCCA engloba a indústria de conteúdo, conectando-as com a tecnologia digital para reforçar a cultura autêntica coreana, o KOCIS atua enfatizando a cultura como núcleo de *Soft Power*, visando a consolidação de laços culturais com os países vizinhos.

#### 4 | CONCLUSÕES

As publicações na literatura brasileira quanto a *Soft Power* e Diplomacia Cultural ainda são raros. Aliado a isso, a própria dificuldade para a definição desses dois termos e a própria mensuração de sua aplicação consiste em um dos empecilhos para o desenvolvimento desta área de pesquisa no Brasil e da criação de novas estratégias para sua aplicação; bem como o desenvolvimento deste trabalho. Dessa maneira, o exemplo do modelo sul-coreano, tão singular, vale ressaltar, pode identificar novos caminhos a serem percorridos.

Ademais, a partir deste estudo que ainda é parte de um projeto maior que visa abarcar os efeitos dessa política da Coreia do Sul na China; foi possível identificar um marco histórico significativo para o reconhecimento da capacidade do potencial

cultural da Coreia do Sul: a substituição de um governo ditatorial que utilizava os aspectos culturais como sustentáculo da máquina política para um regime que permitia maior liberdade. Obviamente, nada disso seria possibilitado não fosse as mudanças econômicas que geraram a necessidade de mudanças das indústrias culturais e levassem os governos a apoiá-las (como subsídio de custos de produção de filmes, séries e documentários) com mecanismos fortes e de atuação internacional.

Entretanto, é de sapiência da autora a necessidade de um aprofundamento de análise de dados para melhor comprovar a importância da *Hallyu Wave* como mecanismo de *Soft Power*, corroborando com as teorias até então apresentadas; o que vem sendo até então prejudicada pela pouca disponibilidade de números.

## REFERÊNCIAS

ANG, Ien; ISAR, Yudhishtir Raj; MAR, Phillip. Cultural diplomacy: beyond the national interest?. **International Journal of Cultural Policy**, v. 21, n. 4, p. 365-381, 2015.

CHANG, Pao-li; LEE, Hyojung. **The Korean Wave: determinants and its implications on trade**. 2017.

DESIDERI, Nick. Bubble Pop: An Analysis of Asian Pop Culture and Soft Power Potential. **Res Publica**, v. 18, n. 1, p. 43-62, 2013.

JANG, Gunjoo; PAIK, Won K. Korean wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. **Advances in Applied Sociology**, v. 2, n. 03, p. 196, 2012.

JANG, Soo Hyun. The Korean Wave and its implications for the Korea-China relationship. **Journal of International and Area Studies**, p. 97-113, 2012.

JIN, Dalyoung. **Hallyu 2.0: the new Korean Wave in the creative industry**. Ann Arbor. MI: MPublishing, University of Michigan Library, 2012.

JUN, Hannah. Hallyu at a Crossroads: The Clash of Korea's Soft Power Success and China's Hard Power Threat in Light of Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) System Deployment. **Asian International Studies Review**, v. 18, n. 1, p. 153-169, 2017.

LEE, Geun. A soft power approach to the "Korean wave". **The review of Korean studies**, v. 12, n. 2, p. 123-137, 2009.

KIM, Dokyun; KIM, Minsun. **Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond**. Seul: Seoul National University Press. 2011.

KIM, Hwajung. The Importance of Nation Brand. **Cultural Diplomacy**, nov 2012.

KIM, Ji-Eun. "Korean wave" in China: its impact on the South Korean-Chinese relations. 2011. **Tese de Doutorado**. University of British Columbia.

KIM, Joseph; KWON, Seungho. The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave. **International Journal of Cultural Policy**, 2013, p. 1-18.

KOREA.NET. **KOCIS & Korea.net**. Disponível em: < <http://korea.net/AboutUs/KOCIS>> Acesso em: 05 out 2018.

KOREAN CREATIVE CONTENT AGENCY. Introduction. Disponível em: < <http://eng.kocca.kr/en/contents.do?menuNo=201433>> Acesso em: 05 out 2018.

KOREA CULTURE AND INFORMATION SERVICE. **2017 Korean Culture and Information Service Brochure**. Seul: Korean Culture and Information Service, 2017.

KOZHAKHMETOVA, Dinara. **Soft Power of Korean Popular Culture in Japan: K-Pop Avid Fandom in Tokyo**. 2012. Dissertação (Mestrado em Estudos Asiáticos) – Lund University, Centre for East and Southeast Asian Studies.

NYE, Joseph S. **Soft power: The means to success in world politics**. Public affairs, 2004.

RIBEIRO, Edgard Telles. **Diplomacia Cultural: seu papel na política externa brasileira**. Fundação Alexandre de Gusmão, Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, 1989.

SOUZA, Marco André Vinhas de. Os novos fluxos midiáticos da cultura pop coreana. **Galáxia**, v. 15, n. 29, p. 297-300, 2015.

## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**Luciana Pavowski Franco Silvestre** - Possui graduação em Serviço Social pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2003), pós-graduação em Administração Pública pela Faculdade Padre João Bagozzi (2008) é Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2013), Doutora em Ciências Sociais Aplicadas pela UEPG. Assistente Social da Secretaria de Estado da Família e Desenvolvimento Social - Governo do Estado do Paraná, atualmente é chefe do Escritório Regional de Ponta Grossa da Secretaria de estado da Família e Desenvolvimento Social, membro da comissão regional de enfrentamento às violências contra crianças e adolescentes de Ponta Grossa. Atuando principalmente nos seguintes temas: criança e adolescente, medidas socioeducativas, serviços socioassistenciais, rede de proteção e política pública de assistência social.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Abolicionismo 206, 209, 210, 211, 212, 215, 216, 217  
Accountability 172, 173, 174, 177, 178, 179, 185, 186, 259, 269  
Acumulação capitalista 80, 271, 272, 274, 276, 281  
Adolescentes 23, 27, 50, 54, 57, 139, 140, 210, 231, 232, 234, 235, 236, 237, 238, 240, 241, 307  
Agenda 2030 116, 117, 118, 119, 122, 124, 125, 127, 135, 136  
Alcoolismo 46, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57  
Análise de conteúdo 46, 116, 118, 120, 121, 123, 135, 136

### B

Bullying 22, 23, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34

### C

Cidadania 63, 64, 108, 109, 111, 114, 115, 133, 137, 144, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 200, 205, 227, 241, 245  
Cidadania digital 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 157  
City image 1, 2, 4, 5, 6, 8  
Competição 2, 16, 91, 99, 100, 174, 176, 256, 257, 259, 261  
Compra de votos 256, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 265, 266, 268  
Compromisso social 231  
Corrupção 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 265, 267, 268, 269  
Criminalidade 133, 206, 208, 212, 214, 216, 218, 226, 229, 278  
Criminologia 206, 207, 208, 214, 215, 216, 217, 218  
Crise 11, 16, 65, 74, 80, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 105, 107, 108, 110, 159, 160, 162, 163, 166, 168, 170, 202, 206, 209, 221, 238, 239, 253, 271, 272, 275, 276, 277, 279, 280, 281

### D

Democracia Contemporânea 172  
Desigualdade social 78, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 131, 185, 193, 200, 205, 277  
Dever do estado 146  
Direito à privacidade 151, 243, 244, 245, 246, 247, 251  
Direito constitucional 74, 113, 153, 158, 171, 245  
Direito dos refugiados 159, 164  
Direito fundamental 65, 146, 149, 150, 152, 157, 158, 191  
Direito internacional 12, 159, 170, 253  
Direitos 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 72, 73, 74, 75, 80, 91, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 107, 113, 129, 131, 133, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 155, 157, 158, 159, 160, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 199, 200, 202, 203, 204, 210, 211, 213, 215, 226, 227, 228, 229, 231, 241, 243, 244, 245, 246, 247, 250, 251, 253, 254, 255, 278, 279



Direitos humanos 62, 74, 75, 105, 133, 147, 149, 150, 155, 157, 159, 160, 163, 164, 165, 167, 168, 170, 186, 191, 210, 211, 227, 243, 244, 245, 247, 250, 251, 253, 254

## **E**

Economia criativa 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Educação 6, 33, 63, 64, 67, 71, 73, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 105, 106, 111, 112, 113, 116, 119, 122, 128, 129, 131, 134, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 149, 151, 158, 166, 179, 189, 190, 191, 192, 194, 195, 196, 204, 210, 223, 227, 300

Eleições 80, 110, 161, 162, 175, 176, 177, 178, 185, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 265, 267, 268

Emenda Constitucional 95/2016 7, 90

Empírica 269, 282, 287, 288, 289

Encarceramento feminino 218, 224, 228

Enchentes sazonais 58, 59, 60, 61, 73

Ensino médio 22, 28, 29, 33, 51, 76, 77, 78, 79, 81, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 129, 144

Equiparação salarial 187, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 203

Estratégia pública 116, 118, 119, 120, 123, 125, 135

Estudante 22, 31, 89

Estudo de caso 8, 46, 51, 120, 291

Exclusão social 102, 202

## **F**

Família 25, 27, 38, 39, 42, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 108, 111, 112, 114, 140, 141, 142, 167, 210, 213, 220, 221, 223, 225, 236, 239, 292, 298, 304, 307

Flexibilização do direito do trabalho 187

Forró 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44

## **G**

Garantias fundamentais 58, 66, 152, 254

## **H**

História 6, 10, 24, 33, 39, 52, 106, 107, 117, 137, 138, 139, 144, 145, 164, 168, 171, 212, 219, 229, 232, 236, 242, 276, 283, 284, 287, 290, 291, 292, 295

## **I**

Indicadores fiscais 90, 95, 98, 99

Interação cérebro-máquina 243, 244, 249, 250, 253

Internet 23, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 167, 173, 180, 250, 252, 254

## **M**

Método 102, 116, 118, 120, 121, 164, 170, 174, 175, 180, 188, 204, 282, 285, 287, 288, 289

Minimalismo 206, 209, 210, 212, 215, 216, 217



Mulher delinquente 218, 220, 221, 228

## **N**

Neurociência 243, 250, 251, 253, 255

Neurotecnologia 243, 244, 250, 251, 252

Nordestinos 35, 37, 38, 39, 42, 43, 44

## **O**

Objetivos de desenvolvimento sustentável 116, 117, 118, 119

## **P**

Padrão de beleza 25, 33

Paulistas 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44

Percepções 46, 50, 56, 282, 286

Pesquisa 2, 3, 6, 11, 19, 21, 22, 23, 28, 29, 30, 32, 33, 38, 43, 46, 51, 53, 55, 57, 59, 60, 72, 76, 85, 86, 102, 106, 108, 115, 116, 118, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 132, 135, 146, 148, 153, 154, 158, 170, 174, 177, 178, 179, 180, 181, 184, 185, 187, 202, 203, 206, 233, 243, 245, 256, 258, 262, 263, 267, 268, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304

Pobreza 25, 72, 100, 102, 104, 105, 107, 108, 109, 112, 113, 115, 117, 118, 119, 127, 134, 135, 149, 161, 200, 205, 271, 277, 280, 281

Poliarquia 172, 174, 175, 185, 257, 258, 268

Política 2, 3, 7, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 66, 67, 68, 72, 73, 74, 76, 78, 80, 82, 87, 88, 89, 97, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 127, 132, 136, 137, 139, 144, 145, 148, 149, 159, 161, 163, 166, 168, 169, 170, 171, 172, 174, 175, 177, 185, 186, 199, 211, 217, 218, 219, 220, 226, 227, 229, 232, 253, 257, 259, 268, 269, 280, 281, 283, 291, 292, 304, 306, 307

Política criminal 218, 219, 226

Políticas públicas 2, 3, 58, 59, 60, 65, 66, 68, 72, 73, 75, 78, 80, 81, 87, 91, 94, 95, 98, 99, 100, 102, 104, 105, 108, 109, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 125, 128, 130, 135, 144, 146, 157, 162, 163, 173, 177, 179, 214, 240, 293, 305

Presídio feminino 218

Princípio da igualdade 64, 75, 198, 199, 201

Proteção social 76, 78, 87, 89, 94, 95, 168

Psicologia jurídica 231

## **R**

Redução da maioridade penal 231, 237, 240

Reestruturação produtiva 270, 272, 275, 277, 279, 280

Reforma do ensino médio 76, 77, 78, 79, 81, 83, 84, 86, 87, 89

Rio criativo 6

Rio de Janeiro 1, 4, 89

## S

Sistema Único de Saúde 90

Sociabilidades 35

Superpopulação relativa 5, 9, 270, 271, 272, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281

## T

Teoria 33, 34, 43, 64, 74, 75, 76, 89, 95, 105, 138, 141, 144, 174, 186, 210, 211, 215, 216, 221, 229, 241, 257, 277, 282, 283, 284, 285, 287, 288

Terceirização 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205

Transparência 133, 135, 172, 173, 174, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186

Turismo 1, 6, 7, 8, 10, 14, 18, 130

## V

Venezuela 159, 160, 161, 162, 163, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Violência 27, 28, 34, 35, 40, 54, 55, 129, 133, 210, 212, 220, 233, 234, 235, 237, 240, 241, 247, 254

Vivências 46, 286

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-801-4



9 788572 478014