

ECOSSISTEMA ÂNIMA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI  
BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ESTELLA MUNIZ OLIVEIRA  
JULIA TEIXEIRA  
LETÍCIA SPAKU DE SOUZA  
LETÍCIA ZAGUINI DE MIRANDA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
**K-POP: MOBILIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL EM MEIO A PROCESSOS  
ELEITORAIS**

SÃO PAULO

2023

ESTELLA MUNIZ OLIVEIRA  
JULIA TEIXEIRA  
LETÍCIA SPAKU DE SOUZA  
LETÍCIA ZAGUINI DE MIRANDA

K-POP: MOBILIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL EM MEIO A PROCESSOS  
ELEITORAIS

Artigo científico apresentado à Universidade Anhembi Morumbi, como parte das exigências para obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais.

Orientadores: Profº. Me. João Estevam dos Santos Filho, Profº. Dr. Carolina Cristina Loucao Preto.

SÃO PAULO,

2023

## **RESUMO**

Quando observamos os fenômenos musicais, é possível compreender que os grupos de fãs se destacam como movimentos ao representar bem a realidade em que estavam presentes, de maneira a delimitar aspectos e características comuns que os diferenciam dos momentos musicais anteriores. Conforme observamos neste trabalho, a expansão da música pop sul-coreana (K-pop) abriu espaço para um novo formato de fandom: uma comunidade transnacional conectada e organizada, que, mesmo fundamentada por interesses culturais, conseguiu expandir sua presença online ao segmento político. Aproveitando a oportunidade, utilizaremos de parte de nosso trabalho para observar e analisar o impacto da atuação dos fandoms de K-pop em meio ao processo eleitoral presidencial ocorrido em 2021 no Chile.

**Palavras-chave:** K-pop; Fandom; Gabriel Boric; Chile; Eleições; Twitter; Hashtags.

## **ABSTRACT**

When we observe musical phenomenon, it's possible to understand that fan groups stand out as movements, effectively representing the reality in which they were present. They delineate common aspects and characteristics that differentiate them from previous musical moments. As seen in this study, the expansion of South Korean pop music (K-pop) has paved the way for a new format of fandom: a transnational, connected, and organized community that, while rooted in cultural interests, has managed to extend its online presence into the political sphere. Seizing this opportunity, we will use part of our work to observe and analyze the impact of K-pop fandoms during the 2021 presidential electoral process in Chile.

**Key-words:** K-pop; Fandom; Gabriel Boric; Chile; Elections; Twitter; Hashtags.

## 1. INTRODUÇÃO

Conforme a definição de Pierre Lévy (1999), o termo “fandom” se refere a uma subcultura ou comunidade de indivíduos que compartilham o mesmo interesse, sendo estes indivíduos conhecidos como “fãs” – aqueles que demonstram dedicação à sua área de interesse –; oriundo da junção das palavras em inglês “*fan*” (fã) e “*kingdom*” (reino), que denota o conceito de “reino dos fãs” ou “comunidade de fãs”. Embora a noção de grupos de fãs existisse há muito tempo, o termo “fandom” em si começou a ganhar notoriedade e uso mais difundido por volta da década de 1990. Isso se deve, em grande parte, à crescente visibilidade e influência dos fãs na cultura de massa, facilitada pelo surgimento da internet e das plataformas de mídias sociais, que permitiram uma interação mais ampla e uma maior organização entre os fãs em todo o mundo (JENKINS, 2008).

Segundo Jenkins (2008), os fãs não podem ser considerados somente consumidores passivos, mas sim participantes ativos que redefinem e expandem a narrativa cultural em meio às suas interações, tendo papel fundamental na transformação e na expansão de culturas populares. Além disso, define que os fandoms da sociedade contemporânea se diferenciam pela característica ativista, enfatizando a capacidade dos fãs de se envolverem em causas sociais, políticas e culturais, utilizando de sua aptidão para promover mudanças com intenções significativas. Aqui cabe a nós destacar que a partir dessa capacidade e forte inclinação ativista que os fandoms se envolvem e desenvolvem mobilizações em consonância com causas políticas, podendo, por exemplo, atuar em meio a movimentações de arrecadação de fundos e doações para diversas causas, promoção do envolvimento civil, e promoção, em especial, de candidatos políticos que refletem seus valores e interesses enquanto grupo em meio a processos eleitorais.

Conforme abordaremos com maior afinco posteriormente neste artigo, a teoria de Capital Social de Putnam (2000), se refere às conexões sociais, normas e à confiança compartilhada entre indivíduos e grupos em uma sociedade, representando a habilidade de colaboração dos indivíduos para resolverem problemas de forma ativa. Para o autor, tal conceito é frequentemente categorizado em duas formas: o capital social estrutural, que diz respeito à rede de conexões e interações sociais, e o capital social cognitivo, que se relaciona à confiança mútua, às normas compartilhadas e valores.

Para além disso, utilizamos o conceito de Capital Social sobre a rede de relações sociais, confiança e colaboração entre indivíduos e grupos em uma sociedade, e relacionamos com o

conceito de “Inteligência Coletiva” de Pierre Lévy (2011), que se refere a capacidade das comunidades e grupos de colaboração, compartilhar informações e conhecimento, assim, criando uma base de dados e pensamento coletivo.

Recuero, Amaral e Monteiro (2012) apresentam em seu trabalho que o fator do vínculo pela identificação somado ao compromisso leal com a qualidade e a cooperação resultam em uma aproximação ainda maior entre os indivíduos dessa rede, o que faz os fãs se sentirem mais próximos, surpreendentemente, de seus ídolos. Mediante a isso, é possível considerarmos esses elementos mencionados como as engrenagens que formam a espinha-dorsal do que é um fandom.

Atalli (1985) nos traz que nenhuma mudança social que seja relevante acontece na ausência de um ruído ou barulho: historicamente nenhuma ruptura social ocorreu sem que houvesse uma espécie de “barulho” emitido por parte de um grupo que, à sua época, visava demonstrar sua insatisfação com a maneira na qual determinada situação estivesse sendo conduzida política e/ou socialmente. Sendo assim, podemos chegar à conclusão de que qualquer organização de sons pode se tornar uma ferramenta para o desenvolvimento ou a consolidação de uma comunidade.

Decerto, considerando que a música é um modo de comunicação entre o ser humano e seu ambiente, então, ela se mostra como um modo claro de expressão social (MAGALHÃES; FELIPPE, 2022). Dados do Korea Foundation nos auxiliam no entendimento da extensão do que temos hoje como *Hallyu*, a então chamada Onda Coreana, não se limita somente à música:

Looking at K-Pop, since the end of the 2000s, thanks to the influence of social networking platforms such as YouTube and Facebook, the popularity of *Hallyu* stars such as Super Junior, TVXQ, Wonder Girls, and SHINee has gradually increased. In addition, Arirang TV, the first Asian channel introduced to Argentina in mid-2008, became a platform through which locals could directly experience Korea. Since then, PSY’s “Gangnam Style” has driven the development of K-pop in earnest, and as of 2022, the heyday of K-pop continues, led by BTS. In the case of Korean films, since the mid-2000s, Korean directors have made their names known at international film festivals, providing an opportunity for a fan base to form. After that, the spread of COVID-19 and the development of OTT platforms became the conditions for creating box office success for K-dramas along with Korean films. (Korea Foundation, 2023. p.18)

Alguns acadêmicos enfatizam que a música pode ser um recurso de “clãs” da sociedade civil para expressarem por meio de barulhos suas insatisfações, porém, a partir do momento em que a música se apropria de barulhos representando fundamentalmente desagrado político, ela é capaz de instigar seus ouvintes a vontade de tomarem para si o controle de poder sobre mudanças sociais, como um reflexo de poder que é essencialmente político (ATTALI, 1985).

Por outro lado, torna-se necessário enfatizar que se engana quem pensa que os fandoms de K-pop são o primeiro grupo social a utilizar da música para expressões contra condicionamentos impostos pela sociedade; na realidade, mesmo que de maneira não intencional, esses tipos de movimentos ocorrem há séculos na história da humanidade (EYERMAN, 2002). Por exemplo, segundo o economista francês Jacques Attali, em seu livro *Noise: The Political Economy of Music*, podemos traçar uma relação entre música e movimentos sociopolíticos desde o século XVII:

Mozart and Bach reflect the bourgeoisie's dream of harmony better than and prior to the whole of nineteenth-century political theory. There is in the operas of Cherubini a revolutionary zeal rarely attained in political debate. Janis Joplin, Bob Dylan, and Jimi Hendrix say more about the liberatory dream of the 1960s than any theory of crisis. (Attali, 1985 p. 5 e 6)

Aqui é oportuno destacar que o K-pop, além de um gênero musical, é considerado um estilo de vida, no qual compõe a forma de se vestir, o jeito de se portar. O estilo apresenta características únicas, como as de identificação de fãs de cada grupo musical, através de “*Lightstick*” (bastões luminosos coloridos, utilizados para identificação dos grupos de fãs), nomes de fandom e cores específicas, escolhidas para criar um sentimento de pertencimento e identificação a partir do grupo musical acompanhado pelo indivíduo, sendo, em sua maioria as interações entre estes membros de diferentes fandoms interagem entre si nas redes sociais, independente de quem são ou de onde vivem.

Diante disso, foi possível identificar que, envolvidos em campanhas eleitorais e ações de cunho social, os fãs de K-pop transcenderam sua atuação nas redes ao conseguirem atuar de maneira local, mas, ainda assim, significativa e organizada em meio aos cenários sociopolíticos para além das redes. A capacidade de ação coordenada estrategicamente, as preocupações sociais geracionais dos membros da comunidade, a devoção pela cultura de socialização e compartilhamento e o senso de pertencimento e lealdade são algumas das características que formam a definição de fandom de K-pop. Visando contribuir com a compreensão do funcionamento e da relevância dos movimentos fundamentados por fãs de Kpop ao redor do mundo, este trabalho observará e apontará como se estrutura e se desenvolve o trabalho desses indivíduos através do X (antigo *Twitter*).

Levando em consideração que a ascensão do uso das redes sociais como plataforma para expressão política e mobilização social, objetivamos abordar neste trabalho uma breve análise como estudo de caso: no contexto das eleições presidenciais no Chile em 2022, observou-se a emergência de *hashtags* como “*#PartyChilensisFtBoricPresidente*” e “*#FandomsXBoric*”, que

representam um fenômeno digital que, conforme acreditamos, potencialmente teve influência na campanha e vitória de Gabriel Boric.

Neste trabalho, buscamos compreender a complexidade da relação dos fandoms de K-pop e os objetivos e motivações de suas movimentações políticas online através do X (antigo *Twitter*), em vias de responder a seguinte questão: “*Por que os fandoms de K-pop conseguem atuar de maneira relevante nas redes sociais se engajando, em especial, em mobilizações de cunho eleitoral?*”. Nesse sentido, temos como objetivo geral entender o funcionamento da dinâmica online dos fandoms de K-pop e a profundidade de seu interesse e envolvimento nas movimentações eleitorais durante processos eleitorais.

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 2.1.1. FANDOMS E A DINÂMICA QUE OS REGE

Conforme apresentado por Virgine Sacoman (2022), os fandoms de K-pop, enquanto grupo, se caracterizam por sua intensa participação ativa nas redes sociais, onde compartilham informações, discutem seu interesse comum, produzem conteúdo, participam de projetos e demonstram lealdade entre os membros por meio da interação online.

Levando em consideração que a constituição desses fandoms é predominantemente centrada no ambiente virtual do ciberespaço, conforme delineado por Pierre Lévy (1999), o ciberespaço pode ser conceituado como um elemento contextual de comunicação que oferece um acesso praticamente inesgotável a informações digitais, resultante da contribuição dos usuários da rede. Lévy (1999) ainda argumenta que tal ambiente virtual proporciona a configuração de formas organizacionais que se fundamentam na Inteligência Coletiva, fenômeno este que pode ser observado no contexto dos fandoms. Assim, esses grupos podem ser considerados, de certa maneira, como entidades que promovem a disseminação de dados, informações e elementos culturais; a inteligência coletiva é a capacidade de grupos de pessoas colaborarem efetivamente na busca de soluções para problemas complexos.

Para elucidarmos sobre inteligência coletiva, é interessante iniciarmos considerando que o conceito se baseia na ideia de que a sabedoria das multidões pode superar as capacidades individuais, pois envolve a agregação de informações, o compartilhamento do conhecimento e a tomada de decisões conjuntas, sendo assim, uma força poderosa na abordagem de desafios complexos (LÉVY, 1999).

Ainda segundo o autor, por meio do ciberespaço, os fandoms são capazes de desencadear ações, processos e interações sociais que, por sua vez, culminam na manifestação da cibercultura. Nesse âmbito, os fandoms florescem em termos de participação ativa, especialmente no que tange à criação e compartilhamento de concepções, valores e padrões de pensamento, superando as fronteiras. Isso demonstra como o ciberespaço se erige como um meio crucial para a organização, mobilização e manifestação dos fandoms na contemporaneidade.

Em essência, o Capital Social, conceito apresentado por Putnam (2000), se torna essencial para o desenvolvimento de comunidades coesas, contribuindo para a resolução de problemas locais,

a participação cívica e o desenvolvimento social. Quando os indivíduos têm conexões sólidas e confiança uns nos outros, eles são mais propensos a colaborar e a buscar soluções conjuntas para desafios comuns (RECUERO, AMARAL, MONTEIRO, 2012).

A interação entre os conceitos Capital Social e Inteligência Coletiva é essencial para compreender a dinâmica social contemporânea dos fandoms, pois o Capital Social fornece a base sobre a qual as comunidades e grupos se formam, enquanto a Inteligência Coletiva amplifica o potencial do Capital Social, permitindo que os indivíduos da comunidade em questão colaborem de maneira mais eficaz. Essa relação intrínseca desempenha um papel crítico na resolução de desafios sociais complexos e na promoção do desenvolvimento sustentável de comunidades e sociedades de fãs. Portanto, neste trabalho, compreendemos que a análise conjunta de ambos os conceitos é fundamental para uma entendermos de maneira mais abrangente as dinâmicas sociais contemporâneas que estruturam os fandoms.

Ademais, conforme mencionado anteriormente, os fandoms de K-pop demonstram uma incrível capacidade de mobilização e colaboração, e isso se deve em grande parte ao Capital Social que possuem. Ao considerar o fator do interesse comum, os fãs, membros desses grupos, direcionam seu engajamento às mobilizações por meio das redes sociais e plataformas online, onde há conexão e colaboração. Por conta de sua coesão e capacidade de mobilização, essas comunidades de fãs são capazes de influenciar as tendências nas redes sociais, criar hashtags e tendências globais, e gerar discussões em larga escala. Na próxima seção deste artigo, visamos explorar e compreender melhor como se desenvolve e funciona, de fato, a utilização de redes sociais por parte dos fandoms e qual seu devido impacto.

### 2.1.2. CONEXÃO EM REDE: ESTRATÉGIAS E ARTICULAÇÃO

Conforme apresentado até aqui, para compreendermos o apontamento central deste trabalho se faz extremamente necessário reconhecermos que o laço identitário é, potencialmente, o elemento-chave para o desenho e o aperfeiçoamento das relações dentro de um fandom. Diante disso, cabe a nós utilizar desta oportunidade para trazer a tese de que o X (anteriormente chamado *Twitter*) acaba por ser o alicerce e o ambiente onde ocorre não somente o desenvolvimento desses laços, mas também, sua manutenção. Nesta seção, discutiremos mais sobre o papel da plataforma e tentaremos identificar quais as “bases” fundamentais que a tornam uma espécie de teatro de operações nas movimentações desses grupos.

De acordo com o trabalho de Silva (2020), as redes sociais digitais devem ser observadas como uma espécie de “Aldeia Global” conforme os fundamentos básicos das teorias de comunicação

de Marshall McLuhan. O autor se fundamenta, em grande parte, na constatação de que a comunicação online se pauta através da constante necessidade de interação entre os indivíduos, o que acaba por ser o fundamento classificatório do que é ou não relevante a partir do alcance e engajamento que as postagens recebem – curtidas, comentários, republicações e visualizações. Conforme aponta Sacoman (2022), “é nessa cultura de compartilhamento de informações, grupos de discussão, livre acesso e comunicação que a cultura se estabelece no meio do ciberespaço”.

Considerando a concepção de Capital Social, as autoras Recuero, Amaral e Monteiro (2012) acreditam que o que diferencia os fandoms – sejam eles de quaisquer temas, não sendo necessariamente, relacionados ao K-pop – de outros grupos sociais é o engajamento proposital, estratégico e consciente em determinadas movimentações, com o desenvolvimento de práticas que possam auxiliá-los a conquistar maior visibilidade e destaque reputacional ao que acompanham – seja um ídolo, um grupo, um objeto/conteúdo de entretenimento ou afins. Sobre isso, entendemos que se faz necessário destacar que os indivíduos que compõem esses fandoms se dedicam para que todas as ações ocorram de maneira organizada e que os instrumentos de mídia utilizados para impulsionar as publicações nas redes sociais sejam distintos pela qualidade e pela referência – seja direta ou indireta – aos ídolos.

Sacoman, em seu trabalho, enfatiza que os movimentos estratégicos e táticos utilizados pelos fãs em suas movimentações se configuram como “práticas comunicacionais cotidianas no meio digital para, de certa forma, trazerem engajamento aos artistas por essas ações” (SACOMAN, 2022). A autora ainda contribui com o argumento, afirmando que:

[...] são práticas que se apropriam de recursos próprios das mídias digitais, criadas por poderosas empresas de comunicação. Essas práticas equivalem a: levantamento de *hashtags*, envio massivo de *fancams* ou *gifs*, o compartilhamento, o ‘curtir’, a criação de perfis, enfim, práticas que se apropriam de recursos das plataformas e que são importantes na ascensão de gráficos e métricas nas mídias sociais (Sacoman, 2022. p. 86)

Em paralelo, Recuero e Araújo (2013), afunilam a análise ao que parece ser o “carro-chefe” da atuação de fandoms via X (*Twitter*): a utilização estratégica dos *Trending Topics*. O *Trending Topics* é um recurso dentro da plataforma que apresenta nada menos que o ranking fluido dos tópicos, *hashtags* e assuntos mais comentados por um grande número de usuários dentro de um determinado período de tempo. Recuero e Araújo (2013) abordam que se encaixam duas classificações para os “tópicos” que aparecem no ranking: os tópicos “artificiais” e os “orgânicos”. Segundo os autores, os tópicos artificiais seriam aqueles que são mencionados em postagens, mas podem não possuir relação direta e contextual com o restante da postagem

propositalmente, sendo utilizado apenas para alcançar uma posição no ranking dos *Trending Topics* e, por outro lado, os tópicos orgânicos são os que, de fato são comentados por um grande número de usuários de maneira mais natural e situacional.

Segundo os mesmos, em um estudo direcionado ao tema, foi possível identificar que existem movimentos que podem ser programados para o engajamento de um grupo em, por exemplo, momentos/horários específicos do dia. Além disso, apontam ainda que há uma difusão nítida de instruções dos organizadores desses movimentos para que os mecanismos anti-spam da plataforma não sejam ativados.

Por fim, Recuero e Araújo complementam que, levando em consideração que há um número limitado de indivíduos/usuários a responderem o “chamado” para a mobilização, o volume de conteúdo disseminado por pessoa deve “compensar” a ausência de “mão-de-obra”:

Artificial topics can be seen as a form of collective action, where the social network cooperates to reach benefits and resources that are harder to achieve without this cooperation. Artificial topics seem to rely on bonding ties, since these networks activate fewer nodes, requiring more engagement and cooperation to achieve their goals. These networks are based on mutual identification with some cause. People work together because they share the same values and the same vision (Recuero, Araújo, 2013. p.306)

Neste ponto da seção, faz-se necessário iniciar a conclusão de que mesmo que as mobilizações online tenham objetivos não necessariamente relacionados ao que acompanham, instrumentos são utilizados para que algum conteúdo remetendo ao ídolo e/ou grupo do qual o usuário é fã seja acoplado no movimento. Desse modo, membros de fandoms que participam de mobilizações online podem acabar, muitas vezes, assumindo uma posição de impulsionador publicitário de causas, marcas e figuras públicas.

Sacoman (2022) traz que, para considerarmos devidamente o papel que a autora coloca como “produtores de comunicação” nesses indivíduos, é necessário entendermos que existe contexto para que o objeto de discussão seja considerado, bem como um “entrelaçamento do consumo e da produção como dimensões que se relacionam e se comunicam”: para a autora, ao observarmos as mobilizações dos fãs de K-pop sobre assuntos de cunho que possam ser considerados ativistas, é necessário termos a capacidade de analisar os fãs não como “meros expectadores ou simplesmente influenciados”.

Pereira, Santos e Campos (2020), contribuem com a defesa de que:

As narrativas construídas no espaço digital saem das redes e começam a fazer parte do espaço físico, já que as pessoas são influenciadas pelos assuntos comentados [...]. Com o uso de *hashtags*, os assuntos são impulsionados e ganham visibilidade, passando a fazer parte dos *trend topics* no *Twitter*. Nesse contexto, muitas discussões são

levantadas, entre elas, é possível destacar os movimentos sociais, que conseguiram até mesmo sair do ambiente digital e ir às ruas (Pereira, Santos, Campos, 2020. p. 2).

Por mais que se possa acreditar que essas ações cheias de estratégias e mecanismos não sejam relevantes para contribuir política e/ou socialmente em larga escala, elas devem ser observadas como tentamos apresentá-las neste trabalho: grandes trunfos de indivíduos que fazem parte de fandoms e defendem causas em conjunto motivados por um laço identitário. Nesse ponto, é possível dizer que é isso que estrutura a base para que as mobilizações sejam distintas, organizadas e bem-sucedidas, pois “é nesse compartilhamento instantâneo, onde todos os assuntos parecem ser de urgência, que os usuários dessas redes se sentem movidos a participar do debate online” (Silva, 2020, p. 761). Diante disso, nosso objetivo na próxima seção é observar e analisar até onde o engajamento e as mobilizações de fandoms de K-pop consegue se destacar no campo sociopolítico.

### 2.1.3. A RELAÇÃO ENTRE A MÚSICA E A POLÍTICA

#### 2.1.3.1. O engajamento político em convergência com a música

Antes de tentarmos entender o motivo para fandoms de K-pop estarem cada vez mais engajados em movimentos políticos-eleitorais, faz-se necessário primeiro conseguirmos identificar o ponto de convergência entre a música e os movimentos sociopolíticos, entendendo quais são as razões para que tal expressão artística esteja conseguindo influenciar, de certa forma, mobilizações envolvidas em atos políticos. Attali (1985) traz em seu trabalho a explicação de que isso se dá por meio de um senso de transformação social que é formado pela ideia de mudança radical, isto é, a emergência de novas relações sociais só é possível pela preexistência e coincidência de três fatores básicos:

[...] a new technology capable of reducing the costs of reorganization, financial resources (or accumulation of new capital) available for the latter's utilization, and the existence of a social group with both the interest and the power to utilize such financial resources and to put the new technology to work. (Attali, 1981 p. 270)

Conforme foi abordado na seção anterior, podemos apontar a plataforma X como uma das mais recentes tecnologias que possibilitaram a redução dos custos de reorganização dos fandoms, sendo capaz de contribuir com o desenvolvendo de um espaço onde indivíduos possam se conectar, facilitando também o engajamento dos membros de fandoms com gostos e opiniões semelhantes em diferentes lugares do mundo, o que antes não era facilmente possível já que as comunidades eram formadas por pessoas de grupos sociais e localidades semelhantes. Utilizamos deste momento para relembrar que se conecta aqui também o conceito do Capital Social, pois as novas conexões sociais permitem que a rede de conexões e as interações sociais

funcionem com maior coesão, contribuindo assim para a propensão e colaboração na busca de soluções para desafios comuns.

Entretanto, embora as teorias anteriormente apresentadas contribuam para a articulação do tema aqui proposto e para elucidar o funcionamento dos movimentos realizados por esses fandoms para engajar ações políticas, devemos antes explicar o cerne da questão e entender o que fundamenta o interesse dessas pessoas em mudar os atuais posicionamentos políticos, ou seja, é preciso entender como surge esta necessidade de se engajar em movimentos políticos-eleitorais e como as músicas têm sido influenciadoras perante a união de uma comunidade que busca alcançar ações políticas em comum.

Ademais, segundo o artigo "*A Relação entre Globalização do K-pop e a Consciência dos Adolescentes sobre os Direitos Humanos*", “é possível observar como as bandas buscam desenvolver consciência social dos adolescentes através das letras das músicas” (GERVASONI, 2023). A partir dessa afirmação, é possível considerarmos que as músicas propriamente ditas estão trazendo à tona discussões de cunho político e social porque, assim como seus fandoms, ídolos – aqui, em especial, os de K-pop – demonstram não se identificar ou se sentir representados em suas vontades políticas e nem mesmo em meio ao ambiente político atual.

Neste sentido, utilizaremos o trecho da música “*No More Dream*” do grupo BTS (acrônimo para *Bangtan Sonyeondan* ou *Bangtan Boys*) para exemplificar o “chamado” que vem crescendo com intuito de criar engajamento, entre indivíduos consumidores de K-pop, perante ações sociopolíticas. Em essência, a música apresentada abaixo busca criticar às normas sociais impostas, principalmente sobre os adolescentes, em relação a forma como as suas vidas deveriam ser trilhadas:

Rebele-se contra a sociedade infernal / Os sonhos são um perdão social /  
Pergunte a si mesmo sobre o perfil dos sonhos / Torne-se o principal sujeito da  
sua vida / Que sempre foi oprimida. (BTS, 2013. Tradução pelas autoras)

Diante disto, podemos observar que o trecho em específico exemplifica o argumento apresentado aqui, destacando o que classificamos como uma espécie de “chamado” para ações capazes de mudar o *status quo*, visando influenciar um posicionamento da comunidade jovem que consome seu conteúdo perante ambientes capazes de influenciar a mudança dentro de espaços sociais que possuem posicionamentos mais “arcaicos”. Desta maneira, queremos fundamentar aqui a concepção de que a música contribuiu para a formação de um elo de

pertencimento entre ídolos e fandoms, ao mesmo tempo em que criou uma união e um apelo por engajamento entre os próprios integrantes dos fandoms (MAGALHÃES; FELIPPE, 2022).

### **2.1.3.2. A participação de fandoms em movimentos eleitorais**

Para iniciarmos as considerações em cima da participação dos fandoms em meio a mobilizações de cunho eleitoral de fato, objetivamos exemplificar brevemente alguns casos em que tal participação foi destaque especial. O primeiro desses exemplos seria o ocorrido frente a um comício para a campanha presidencial estadunidense de Donald Trump na cidade de Tulsa, Oklahoma, onde o mesmo sofreu uma ação de boicote por parte de fandoms de K-pop que se tornou uma marca importante sobre sua capacidade em mobilizações de cunho político.

Outro exemplo que gostaríamos de abordar brevemente neste ponto do trabalho, seria a participação de fandoms de K-pop em meio aos protestos que ocorreram durante a pandemia de Covid-19 na Tailândia, representando uma resistência concisa em relação ao governo antidemocrático que busca cada vez mais silenciar os jovens que se posicionam contra as ações militares.

Essas mobilizações foram estruturadas por meio de protestos, desencadeados por jovens que pediam por uma reforma política e o fim da repressão e do assédio sobre indivíduos que se posicionam contra o governo, utilizando do X (então *Twitter*), para ecoar suas demandas no ambiente online através da *hashtag* *#WhatsHappeninginThailand*. Andini e Akhni (2021) articulam sobre o tema, apontando que os fandoms de K-pop interpretaram um papel importante no movimento:

K-pop fans in Thailand played an important role in the democratic movement through their presence in social media, specifically Twitter. Thai fans were inspired by the democratic protest that happened in Hong Kong and South Korea. Seeing what happened in President Park Geun Hye's impeachment rally, the social media coverage about the movement and K-pop celebrities' involvement has inspired fans - or the younger generation - to be politically aware and vocal about the situation on their own country (ANDINI; AKHNI, 2021, p. 49).

Diante disso, torna-se possível concluir que as movimentações dos fandoms, ainda que *in loco*, vêm ocorrendo em diferentes lugares do mundo, trabalhando com abordagens semelhantes e bem estruturadas visando a possibilidade de delinear uma similaridade entre as ações realizadas por essas comunidades.

## 2.2. APRESENTAÇÃO DE DADOS

### 2.2.1. O ESTUDO DO PERFIL: UM OLHAR DIRECIONADO À COMUNIDADE LATINO-AMERICANA

Apesar de a Ásia – em especial a Coreia do Sul – e a América Latina não serem próximas geograficamente e não possuírem características culturais necessariamente convergentes, o K-pop foi capaz de expandir seu alcance através dos continentes por meio da *Hallyu* (“Onda Coreana”), que alcançou a região latino-americana, encontrando espaço em meio à diversidade étnica e cultural por conta de sua própria formação. Conforme apresenta Constanza Mery (2018):

[...] dada la distancia y los costos asociados, nunca han visto a un idol en vivo y no han viajado a Corea, ni pueden acceder a ciertos productos que solo se comercializan en ese país, razón por la cual las comunidades de fanáticos se encuentran en una posición periférica respecto de otras, como los seguidores de origen asiático. En consecuencia, internet es una herramienta básica para mantener el flujo de contenidos y el contacto entre las colectividades seguidoras del, no solo a nivel nacional, sino que también transnacional. [...] Los fandom crean sus propios grupos de baile, se organizan para importar productos desde Corea y traducir y subtítular videos, programas de televisión y dramas donde aparecen sus idols. También, compartir contenido y crear sus propias fiestas de K-Pop, competencias de baile y conciertos con grupos tributo para así compensar la ausencia de los artistas (por medio de su presencia virtual), fortaleciendo los lazos de amistad, códigos y símbolos, identidad y pertenencia y dando a conocer su creatividad, que es, al mismo tiempo, la semilla que originó el *hallyu*. (Ross; Mery, 2018. p. 78-79)

Desse modo, é possível considerar que esse fator contribuiu para que fossem impulsionadas novas percepções sobre a cultura Sul-coreana, fomentando o desejo dos fãs de conhecer a Coreia e ter maior contato com a cultura. Como aponta Pilar Álvarez (2013), “*the inability of many Latin Americans to physically travel to Korea to see their favorite bands or idols propels them to participate in an imaginary virtual space where they can construct their own meanings around Korea*”. Assim sendo, é possível concluir que grupos de fãs podem criar identidades virtuais e redes de contato através das plataformas sociais, fomentando interação em decorrência da afinidade, que acaba por extrapolar o conceito de nacionalidade como conhecemos. Constanza Mery (2018) ainda traz que:

Los fanáticos del *hallyu* han articulado una cultura dinámica, formando comunidades conectadas a nivel transnacional, organizadas no sólo por su afición a un idol, sino que también buscan aprender sobre la cultura coreana en un nivel más amplio. Estas colectividades cuentan, igualmente, con identidades particulares. Por ejemplo, cada actor, idol o grupo musical cuenta con su propio fandom o grupo de fanáticos, dotados con un nombre, colores y símbolos y organizándose a nivel local, nacional e incluso global. Los fandom están situados localmente, pero operan globalmente, creando una cultura, un sistema de producción y una distribución propios. (Ross; Mery, 2018. p.78)

Entendendo um pouco sobre a relação entre a expansão da cultura coreana na América Latina, a Korea Foundation, fundação promovida pelo Ministério de Relações Exteriores da Coreia do

Sul apresenta, anualmente, por meio de uma análise aprofundada o status da expansão do alcance cultural da Coreia do Sul, avaliando e discutindo sua dinâmica com cada continente em meio à sociedade civil. Segundo o relatório de 2022, publicado no início de 2023:

The Americas have the largest *Hallyu* fan base outside Asia, and are expected to become a major consumer of Korean culture in the future. In 2022, the number of community members in the Americas increased by 9.0% from about 29 million to 31 million, while the number of communities decreased from 427 to 404. Unlike other regions, the increase in the number of community members is not proportional to the increase in the number of communities, so research on the unique characteristics of American *Hallyu* fandom is required. (Korea Foundation, 2023. p.13)

Corroborando com os dados apresentados sobre essa expansão, aqui se faz pertinente apontar que Madrid-Morales e Lovric (2013), analisaram em seu trabalho dados relacionados a indivíduos falantes de espanhol fãs de K-pop e K-dramas. A pesquisa foi realizada de forma virtual e contou com mais de 500 respostas, onde foi possível classificar em níveis demográficos o perfil socioeconômico dos entrevistados. Desse modo, a partir da pesquisa, foi possível identificar que o fandom de K-pop é relacionado à majoritariamente mulheres (95%), na média entre 18 a 25 anos, em sua maioria hispânicas, uma vez que o maior número de respostas foram identificadas como oriundas da América Latina. Em relação ao perfil socioeconômico, mais de 60% dos entrevistados vivia com cerca de 300 euros ou menos por mês – convertendo o valor para 2013, é um valor pouco acima do salário mínimo brasileiro à época.

Diante desses dados e de tudo o que foi apresentado até aqui, podemos considerar que os fãs de K-pop possuem um potencial perfil anti-hegemônico, pois isso se reflete, paulatinamente, nos diversos movimentos sociais em que comunidades fandoms de K-pop tiveram protagonismo. Youn (2023), reforça o argumento ao apontar alguns acontecimentos, aqui já mencionados:

K-pop fans in the US had made headlines in 2020 when they reserved tickets for one of Donald Trump’s rallies and then neglected to show up—leaving the president to face a nearly empty auditorium. During America’s civil unrest after Minnesota police killed George Floyd on camera, BTS donated \$1 million to Black Lives Matter; its fandom, known as BTS Army, matched the donation in 24 hours (Youn, 2023).

Mazur (2021), contribui com a tese, uma vez que observa o K-pop como um movimento propriamente contra-hegemônico:

um modelo de estética e prática decolonial que representa outras cosmovisões, geralmente não-ocidentais e não-anglófonas, enquanto um exemplar de resistência e reação ao repertório estético *mainstream*, isto é, enquanto uma prática efetiva de “desobediência epistêmica” e proposta de produção de conhecimento contra-hegemônico atrelada ao pop e seus públicos (Mazur, 2021. p. 181)

Em suma, aqui compreendemos a possível identificação de características comuns aos membros dos fandoms de K-pop, que comumente se posicionam em movimentos contra a extrema-direita

política e seus ideais liberais-comerciais que, por vezes, vão em desencontro às pautas de direitos humanos, por exemplo; na América Latina, há um grande volume de indivíduos, de classe média à baixa, que utilizam das redes sociais como seu espaço de conexão e manifestação política e esse entendimento faz-se necessário para a compreensão da análise aqui proposta.

### 2.2.2. O CASO DE GABRIEL BORIC NO CHILE

Segundo o Korean Foundation (2023), “In the case of Chile, [...] the number of Hallyu fans is estimated to be around 1 million” (KOREA FOUNDATION, 2023). Em meio à essa informação, entendemos que se faz necessário e oportuno afunilarmos, mais uma vez dentro deste trabalho, o foco da pesquisa. Acreditando na importância e na capacidade dos fandoms chilenos, a partir desta seção, direcionaremos nossa visão para avaliar não só *se*, mas *como* os fandoms, que têm criado tendências ao se envolverem em questões de cunho político, conseguiram contribuir em meio à eleição do então presidente chileno, Gabriel Boric.

Antes de mais nada, para entendermos o que corroborou com a ascensão e a conquista do espaço de Gabriel Boric enquanto candidato, primeiro devemos elucidar e contextualizar devidamente o momento sociopolítico do Chile.

Em outubro de 2019, manifestações de grupos estudantis se iniciaram como resposta à tentativa de aumento da tarifa de transporte público anunciada pelo governo do então presidente Sebastian Piñera. De acordo com Forgerini (2020), à época, grande parte da população de baixa renda utilizava da maior parte de sua renda mensal para cobrir os custos com o transporte público e esse foi o gatilho que atçou a revolta. Somado a isso, as indignações com o modelo socioeconômico e com as injustiças sociais acumuladas desde 1970 no pós-Pinochet envolveram não só mais grupos estudantis, mas grande parte da população (CASTRO, ARAS, 2022): a partir disso, a revolta foi catalisada e a palavra “dignidade” foi utilizada com a bandeira do movimento.

Marinez e Shavelzon (2022) ainda apontam que:

A revolta indefinida – e o insurrecionalismo – é o oposto da revolta recursiva e, talvez, a resposta da incapacidade da luta e do conflito de se metamorfosearem e evoluírem em rotinas novas que atravessem o cotidiano. Era esperado que os novos modos de existência que se manifestaram nas ruas chilenas precisassem de uma nova invenção normativa, jurídica, porém a enorme descontinuidade entre as ações nas ruas e as operações político-burocráticas dos políticos e dos partidos mostra o verdadeiro problema do Chile: não que se procurasse alguma institucionalidade (que é simplesmente uma rotina) ou inclusive que nessa institucionalização fosse utilizado o

mecanismo eleitoral, mas a interrupção do desdobramento da virtude do movimento constituinte (interrupção ajudada pela fortuna, isto é, pela pandemia) e sua limitação pelo constituído sem nenhuma fase intermédia (Martinez, Shavelzon. 2022. p. 7-8)

Em decorrência dessas movimentações que ocorreram em 2019, foi agendado um Plebiscito para o mês de outubro de 2020 que, com a pandemia de Covid-19, o processo foi adiado e somente em maio de 2021, onde foi decidida a necessidade de elaboração de uma nova Constituição para o país (CASTRO; ARAS, 2022):

El “estallido”, la Constituyente y la Pandemia fueron la tela de fondo que anunciaron el siguiente acto que movilizaría al contingente social con igual o mayor fuerza para la historia política y social chilena: Las elecciones para Presidente. Las postergadas demandas, calidad de los servicios públicos, calidad de vida, violencia policial, entre otras, sirvieron de impulso para la candidatura del joven Gabriel Boric a Presidente de la República, el cual supo presentarse como una persona ajena a radicalismos y un hábil negociador con los mandos constituidos a la hora de buscar salidas posibles a la crisis institucional chilena. (Castro, Aras. 2022. p. 535)

Considerando o contexto político e social, é possível afirmar que o Chile passou por um período de intensa agitação social e busca por mudanças políticas, especialmente entre os jovens. Assim, a candidatura de Gabriel Boric, um político jovem e progressista, cativou esse eleitorado, por se tratar de um indivíduo que fez parte dos grupos estudantis que reivindicaram os direitos da população frente ao governo em 2019 (MARTINEZ, SHAVELZON, 2022) e pelo não-alinhamento com nenhum dos grandes blocos partidários de centro-esquerda ou de centro-direita do país (CASTRO, ARAS, 2022). Martinez e Shavelzon (2022), ainda enfatizam que “Boric não deixa de ser o retorno da esquerda, mesmo que gentrificada ou gourmetizada, [...] ciente de que apenas um discurso jovem, ‘novo’, poderia se dar bem num jogo onde [...] o desafio parece ser aparecer como não classificável”.

Acontece que o grande diferencial que potencializou a candidatura do candidato foi que a juventude chilena, em sintonia com os valores e propostas progressistas de Boric, encontrou nas redes sociais um terreno fértil para expressar seu apoio. Com isso, os fãs de Kpop, com sua capacidade de organização e mobilização em larga escala, se uniram ao movimento, ampliando o alcance e a visibilidade da campanha de Boric, o que pode ter influenciado o engajamento político e a consciência eleitoral dos jovens. Com o uso de *hashtags* específicas – “*PartyChilensisFtBoricPresidente*” e “*FandomsXBoric*” – relacionadas a seu nome e plataforma, fandoms chilenos contribuíram para a popularização do candidato em meio à comunidade do X (*Twitter*) ao promover a campanha do candidato de maneira marcante e, por conseguinte, fomentar a visibilidade de Gabriel Boric entre os eleitores mais jovens.

As *hashtags* difundidas refletem a capacidade de convergência entre elementos culturais e políticos, atraindo a atenção de usuários mais antenados nas redes. Tal movimento contribuiu, como veremos na próxima seção, para demonstrar a adesão dos fandoms de K-pop às causas propostas na candidatura de Boric.

### 2.2.3. ELEIÇÃO PRESIDENCIAL CHILENA: OBSERVAÇÕES PERTINENTES

Possa (2021), considera que as eleições presidenciais chilenas de 2021 obtiveram o maior número de votantes desde 2012, quando o voto deixou de ser obrigatório no país. Naquele momento, em oposição à Boric tínhamos Antonio Kast, candidato que possuía propostas mais voltadas aos interesses da Direita Liberal Chilena, como por exemplo, a construção de um muro para “afastar” imigrantes ilegais, maiores imposições contra o aborto, fim ao casamento homoafetivo e até mesmo a dissolução do Ministério da Mulher (YOUN, 2023).

Barra (2022) realizou em seu trabalho uma análise aprofundada dos conteúdos publicados por Gabriel Boric em sua conta oficial no X (*Twitter*) entre julho e dezembro de 2021. Utilizando dessa oportunidade, a autora analisou cerca de 2606 *tweets* e avaliou a presença de elementos que contribuíram para o impulsionamento das publicações. Nesta avaliação, a autora destaca que 70% dos conteúdos publicados utilizavam de algum material audiovisual e 94% possuía conteúdos específicos, dentre eles, 33% representados por propostas à diálogos pelos "derechos humanos y la violencia vivida en estallidos sociales, así como en la inclusión de minorías sexuales y/o discapitados" (BARRA, 2022), 11% possuíam ênfase na democracia e na importância da participação eleitoral.

Ainda segundo Barra (2022), foi possível identificar que o candidato utilizava do que foi chamado de "carga emocional" em suas publicações, que foram classificadas como "positivas" (cerca de 72% dos *tweets*) e "negativas" (aproximadamente 15% dos *tweets*); a autora destaca que as publicações com carga emocional positiva possuíam mensagens relacionadas à esperança, desejo de mudança e gratidão. Segundo a análise, foi possível concluir que Gabriel Boric alcançou um grande feito ao conquistar maiores índices de engajamento e interação com seguidores na plataforma justamente em seus *tweets* de carga emocional positiva, uma vez que o costume é de que políticos e candidatos utilizem de carga emocional negativa (mensagens com ênfase no confronto, à rejeição e à preocupação) para alcançar mais visibilidade.

Assim, Gabriel Boric foi eleito com 55% dos votos no segundo turno, contra seu opositor, Kast, que recebeu 44,13%; é um cenário interessante se comparado ao primeiro turno, em que Kast liderava com 27% dos votos, versus 25% de Boric (COSTA, TANSCHKEIT, 2021).

A participação dos fandoms nas redes sociais durante este período, em especial, os relacionados ao K-pop, trouxeram marcante apoio para o então candidato Gabriel Boric através da hashtag #KpopersXBoric no X (Twitter), onde foram utilizados memes e vídeos de celebridades do K-pop, para impulsionar as publicações e incentivar outros fãs a irem para as urnas e votarem em Boric. Segundo Constanza Jorquera Mery, auto-intitulada “kpopper”, acadêmica e pesquisadora do Centro de Estudos Coreanos na Universidade de Santiago, no Chile, “*K-pop fans are global citizens. We have the power to make idols and groups popular. We should use that same power for our political issues and causes*” (YOUN, 2023).

Dentre os fandoms de K-pop, Youn (2023) abre espaço para destacar o perfil do fandom do grupo BTS em meio a sua participação no momento analisado: “*The group's songs and public statements urged tolerance, equality, and diversity. That message resonated with K-pop fans, who are often women, LGBTQ, people of color, or from other marginalized groups*”. Uma estudante chilena de relações internacionais na Coreia do Sul corrobora com esse apontamento, uma vez que, em entrevista ao jornal *The Korean Herald*, afirmou: “*When we saw that this very conservative candidate who is anti-abortion, anti-same sex marriage was leading, I think everybody freaked out. And a way to cope with this sad reality was to make jokes and that was what took over social media*” (YIM, 2021).

### 2.3. DISCUSSÃO E ANÁLISE DE DADOS

Diante de tudo apresentado até aqui, consideramos que se faz necessário a síntese de todos os elementos que contribuíram para que a trajetória de Gabriel Boric e os fandoms de K-pop se encontrassem. De acordo com Barba (2021), o X (Twitter) pode ser visto como elemento fundamental para a convergência e o encontro desses dois atores. Segundo a autora, no cenário político atual, observa-se uma mudança significativa no modo como políticos conduzem suas campanhas; o X (Twitter), por exemplo, acaba por oferecer uma alternativa econômica e eficiente em comparação com os custos elevados associados à publicidade em meios de comunicação tradicionais, destacando-se como um canal de comunicação de baixo custo para movimentos políticos – a publicidade em meios tradicionais exige investimentos consideráveis, enquanto a plataforma online permite maior facilidade no alcance.

Conforme abordado anteriormente neste artigo, a característica viral e compartilhável das publicações na plataforma e sua dinâmica na interação dos usuários possibilita um alcance expressivo, proporcionando a capacidade de atingir públicos diversos, mas especialmente jovens, sem depender exclusivamente de grandes orçamentos publicitários. Aqui reforçamos os apontamentos mencionados previamente de acordo com Recuero, Amaral e Monteiro (2012), assim como as relações entre os membros de fandoms e a sensação vínculo com os ídolos, podemos considerar que a proximidade que a plataforma fomenta acaba por possibilitar um engajamento mais direto entre candidatos e eleitores, permitindo que os eleitores se sintam mais conectados aos líderes políticos, pois esse diálogo direto contribui para a construção de relacionamentos e a disseminação eficaz de mensagens políticas.

Assim, entendemos que o X (*Twitter*) se estabeleceu como uma plataforma indispensável para os movimentos políticos na contemporaneidade: seu baixo custo econômico em comparação com a publicidade em meios tradicionais, aliado ao alcance significativo e ao engajamento direto, o torna uma ferramenta estratégica para campanhas políticas bem-sucedidas, como a de Gabriel Boric (BARBA, 2021); o impacto duradouro dessa plataforma/rede social na arena política sugere que sua relevância só tende a aumentar, moldando o modo como as campanhas serão concebidas e executadas.

Com relação à convergência entre a música e os movimentos sociopolíticos, a música acaba por se mostrar, de fato, como uma forma de expressão artística que pode ser relacionada à transformação social; com o aumento do Capital Social, as novas conexões sociais formadas entre os membros dos fandoms de K-pop têm demonstrado que esses indivíduos estão mais dispostos a colaborar e trabalhar juntos para alcançar objetivos comuns, sejam eles de cunho cultural, social e/ou político. O engajamento dos fandoms de K-pop em movimentos políticos-eleitorais tem o potencial de causar um impacto significativo na sociedade, esses grupos podem ser uma força importante para a promoção de mudanças sociais positivas.

O ativismo digital, utilizado como ferramenta estratégica por Gabriel Boric enquanto candidato, foi significativa e pode, de fato, ter sido o que garantiu a conexão com os fandoms e o eleitorado em si, pois possibilitou que ele pudesse se conectar com os potenciais eleitores de forma mais pessoal, uma vez que utilizou da plataforma, para, por exemplo, responder às perguntas dos eleitores e compartilhar suas ideias como forma de atrair a atenção de jovens.

Conforme apresentado tanto por Castro e Aras (2022), quanto por Martinez e Shavelzon (2022), foi de maneira inteligente e considerando o contexto e o clima sociopolítico chileno que Gabriel

Boric conseguiu estruturar cada vez mais sua imagem de candidato jovem, progressista e conectado com as novas tecnologias: essa imagem foi fundamental para a sua vitória, visto que a tendência atual é de que as sociedades se conectem e relacionem, cada vez mais, através das plataformas digitais.

Diante disso, é possível concluir que o uso do *Twitter* por Gabriel Boric foi inovador e eficaz, considerando que o mesmo conseguiu alcançar um número significativo de seguidores, chegando a mais de 1 milhão de usuários, obteve um alto número de curtidas e compartilhamentos em suas publicações, o que indica que sua mensagem estava ressonando com o público cada vez mais (BARBA, 2021).

Considerando o perfil socioeconômico apresentado por Madrid-Morales e Lovric (2013), é possível considerar que essas características se relacionam com o perfil dos jovens dos movimentos estudantis que iniciaram os protestos contra o aumento das tarifas de transporte público no Chile em meados de 2019. Diante dessa conexão, entendemos que os movimentos estudantis e a organização dos fandoms para a eleição de Boric, convergem nos interesses ao demonstrar a grande insatisfação da juventude chilena com a desigualdade social e a inefetividade do governo chileno em relação a políticas voltadas à população de baixa renda.

O posicionamento de Boric, como uma figura alternativa ao *status quo* político e social do Chile, somado ao medo que o discurso e as propostas de candidatos de extrema-direita são capazes de apresentar em parte da população, resultaram no cenário propício para que Boric alcançasse certo apoio e conquistasse a “publicidade” que os fandoms de K-pop podem proporcionar.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante deste trabalho, torna-se inegável o fato que os fandoms possuem grande importância atualmente na temática sociopolítica. Conforme apresentamos ao longo de nossa análise, é provado que o perfil centro-esquerda, a paixão fanática comum e a convergência de interesses culturais e políticos dos indivíduos que formam o grupo direcionam sua atenção para atuar em contraposição aos movimentos antidemocráticos e de extrema-direita. Associado a isso, foi possível comprovar que a familiaridade com a plataforma e o conhecimento de estratégias desenvolvidas para "driblar" os mecanismos que filtram conteúdos de spam, quando somadas ao perfil comprometido, organizado e determinado do grupo, acabam por ser as habilidades-chave que garantem o funcionamento desses fandoms e proporcionam o espaço e a estrutura devida para que as mobilizações sejam bem-sucedidas. Ainda que o perfil dos indivíduos que compõem esses fandoms possa passar uma imagem de incredibilidade por se tratarem de jovens e fãs, faz-se necessária a compreensão de que a capacidade de organização e de articulação os classifica como um ator bem estruturado, que se destaca em meio à sociedade civil.

O engajamento dos fandoms de K-pop em movimentos políticos-eleitorais pode evoluir de diversas maneiras no futuro e é possível que esses grupos se tornem ainda mais organizados e influentes, podendo desempenhar um papel importante na definição da agenda política, também sendo possível que eles se diversifiquem, passando a apoiar uma variedade de causas sociais. Independentemente do caminho que sigam, os fandoms de K-pop já são uma força significativa na sociedade, pois estão comprovando que a música pode ser uma ferramenta poderosa para a transformação social.

#### 4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2022 ANALYSIS of Global Hallyu Status. Korea Foundation, 2023. Disponível em: <[https://www.kf.or.kr/archives/ebook/ebook\\_view.do?p\\_cidx=3733&p\\_cfidx=126043](https://www.kf.or.kr/archives/ebook/ebook_view.do?p_cidx=3733&p_cfidx=126043)>.

Acesso em: 23 nov. 2023.

ANDINI, Amalia Nur; AKHNI, Ghaziah Nurika. Exploring Youth Political Participation: K-Pop Fan Activism in Indonesia and Thailand. Universitas Brawijaya, Ritsumeikan University. Vol.1. No.1 [pp.38-55], 2021. Disponível em: <<https://globalfocus.ub.ac.id/index.php/globalfocus/article/view/17> > Acesso em: 05 out. 2023.

ATTALI, Jacques. Les Trois mondes. Paris: Fayard, 1981. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/508891066/Jacques-Attali-Les-Trois-mondes-Pour-une-theorie-de-l-apre-s-crise-Fayard-1981> > Acesso em: 02 set. 2023.

ATTALI, Jacques. Noise: The political economy of music. Manchester University Press, 1985. Disponível em: <[https://monoskop.org/images/6/67/Attali\\_Jacques\\_Noise\\_The\\_Political\\_Economy\\_of\\_Music.pdf](https://monoskop.org/images/6/67/Attali_Jacques_Noise_The_Political_Economy_of_Music.pdf) > Acesso em: 26 ago. 2023.

BARBA, Marlene Elizabeth Astudillo. DE LAS REDES SOCIALES A LAS URNAS: UNA MIRADA AL DESARROLLO POLÍTICO DIGITAL DE GABRIEL BORIC EN TWITTER DURANTE EL PERÍODO ELECTORAL 2021-2022. Universidad Casa Grande, Facultad de Comunicación Mónica Herrera. Ecuador, 2022. Disponível em: <<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/3831>>. Acesso: 22 out. 2023.

BALDESSAR, Alessandra Barros. CULTURA PARTICIPATIVA E METAJORNALISMO: O COMPLEXO RELACIONAMENTO ENTRE FANDOMS DE K-POP E A GRANDE MÍDIA NO TWITTER. Dissertação (trabalho de conclusão de curso) - Universidade de Fortaleza, Bacharelado em Jornalismo. 2019. Disponível em: <[https://www.academia.edu/41253265/Cultura\\_participativa\\_e\\_metajornalismo\\_o\\_complexo\\_relacionamento\\_entre\\_fandoms\\_de\\_K\\_Pop\\_e\\_a\\_grande\\_m%C3%ADdia\\_no\\_Twitter](https://www.academia.edu/41253265/Cultura_participativa_e_metajornalismo_o_complexo_relacionamento_entre_fandoms_de_K_Pop_e_a_grande_m%C3%ADdia_no_Twitter)>. Acesso em: 02 set.2023

BBC. O que é o movimento 'K-pop stans' e por que ele preocupa autoridades dos EUA. BBC News, 29 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-53200786>>. Acesso em: 21 out. 2023.

BEMBEM, Angela Halen Claro. SANTOS, Plácida Leopoldina V. Amorim da Costa. Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. Dissertação (trabalho de conclusão de curso) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Pós Graduação em Ciência da Informação. 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pci/a/qxsGdQ7r46rLdMsGyrYyqXw/?lang=pt>>. Acesso em: 17 out. 2023

BTS. No More Dream. Seoul: Bighit Music: 2013. 3m42s.

CASTRO, Marcial Humberto Saavedra. ARAS, Lina Maria Brandão. CHILE E O GOVERNO DE GABRIEL BORIC: um desafio político e social. Revista de Políticas Públicas, nº 26. Maranhão, 2022. Disponível em: <<https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/20639>>. Acesso em: 28 out. 2023.

Correio Braziliense. Fãs de K-pop se engajam em questões políticas e sociais nas redes sociais. Correio Braziliense, Brasília, 08 jul. 2020. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/07/08/interna\\_diversao\\_arte,870206/fas-de-k-pop-se-engajam-em-questoes-politicas-e-sociais-nas-redes-soci.shtml#google\\_vignette](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/07/08/interna_diversao_arte,870206/fas-de-k-pop-se-engajam-em-questoes-politicas-e-sociais-nas-redes-soci.shtml#google_vignette)>. Acesso em: 15 out. 2023.

COSTA, Murilo Gomes da; TANSCHKEIT, Talita. Monitor Eleitoral: Eleições Presidenciais de 2021 no Chile. Boletim OPSA, ISSN 1809-8827, nº 4. Observatório Político Sul-Americano, 2021. Disponível em: <[http://opsa.com.br/wp-content/uploads/2022/03/Boletim\\_OPSA\\_2021\\_n4.pdf](http://opsa.com.br/wp-content/uploads/2022/03/Boletim_OPSA_2021_n4.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2023.

EYERMAN, Ron. Music in Movement: Cultural Politics and Old and New Social Movements. Qualitative Sociology, Vol.25, No.3, 2002. Disponível em: < <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/Music-in-Movement-Cultural-Politics-and-Old-and-New-Social-Movements-by-Ron-Eyerman.pdf> > Acesso em: 09 set. 2023.

FORGERINI, Fernanda Oliveira. IMPASSES DA DEMOCRACIA NA AMÉRICA LATINA: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DA COBERTURA DE JORNAIS BRASILEIROS DE REFERÊNCIA SOBRE OS PROTESTOS DE 2019 NO CHILE. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/170386/161426>>. Acesso em: 20 nov. 2023.

GERVASONI, Isabella Schmidt. A RELAÇÃO ENTRE A GLOBALIZAÇÃO DO KPOP E A CONSCIÊNCIA DOS ADOLESCENTES SOBRE OS DIREITOS HUMANOS. Dissertação (trabalho de conclusão de curso) - Centro Universitário Curitiba, Bacharelado em Criminologia. 2023. Disponível em: <<https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/33365>>. Acesso em: 09 set. .2023

HAN, Benjamin. Korean wave| K-pop in Latin America: Transcultural fandom and digital mediation. *International Journal of Communication*, v. 11, p. 20, 2017.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003. Acesso em: 17 out. 2023

LÉVY, Pierre. Abrir o espaço semântico em prol da inteligência coletiva. *A Revista Eletrônica de Comunicação Informação & Inovação em Saúde*, Rio de Janeiro, v.1, n.1, p. 129-140, jan./jun. 2007. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/43/37/>>. Acesso em: 18 out. 2023

MADRID-MORALES, Dani; LOVRIC, Bruno. ‘Transatlantic connection’: K-pop and K-drama fandom in Spain and Latin America. *Journal of Fandom Studies*, v. 3, n. 1, p. 23-41, 2015.

MAGALHÃES, Nathália Marotta; FELIPPE, Andreia Monteiro. Música Como Forma de Expressão Social na Juventude e Prevenção da Criminalidade. *Cadernos de Psicologia*, Vol.4, n.8, p.463-485. Juiz de Fora, 2022. Disponível em: <<https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cadernospsicologia/article/download/3424/2418#:~:text=A%20m%C3%BAsica%2C%20ent%C3%A3o%2C%20%C3%A9%20uma,uma%20forma%20de%20express%C3%A3o%20social.&text=A%20m%C3%BAsica%20pode%20ser%20uma,inser%C3%A7%C3%A3o%20dos%20jovens%20na%20criminalidade>> Acesso em: 11 out. 2023.

MARTINEZ, Jeudiel. SHAVELZON, Salvador. O rescaldo de uma revolta: Anotações sobre a eleição de Gabriel Boric. *Lugar Comum*, nº 62. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <<https://revistas3.tic.ufrj.br/index.php/lc/article/download/49565/27003>>. Acesso em: 31 out. 2023.

MERY, Constanza Jorquera. LA ERA DE LA K-DIPLOMACY: EL HALLYU COMO ESTRATEGIA CLAVE DEL SOFT POWER COREANO Y SU ALCANCE EN LA

AMERICA LATINA PARA LOS CASOS DE MÉXICO, PERÚ Y CHILE. In: ROSS, César y Rodrigo Alvares (org.). Corea del Sur y América del Sur: lecciones de dos trayectorias. Chilean-Korean Study Center Program, 2018. p.64-84. Disponível em: <[https://www.academia.edu/66806214/La\\_era\\_de\\_la\\_K\\_Diplomacy\\_El\\_Hallyu\\_como\\_estrategia\\_clave\\_del\\_soft\\_power\\_coreano\\_y\\_su\\_alcance\\_en\\_America\\_Latina\\_para\\_los\\_casos\\_de\\_Mexico\\_Peru\\_y\\_Chile](https://www.academia.edu/66806214/La_era_de_la_K_Diplomacy_El_Hallyu_como_estrategia_clave_del_soft_power_coreano_y_su_alcance_en_America_Latina_para_los_casos_de_Mexico_Peru_y_Chile)>. Acesso em: 28 out.2023.

MIGNOLO, Walter. Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. Cadernos de Letras da UFF, v. 34, n. 1, p. 287-324, 2008.

ORLANDO, Giovanna. Governo do Chile acusa K-pop de incentivar e fomentar protestos. R7 - Notícias Internacionais, 22 dez. 2019. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/internacional/governo-do-chile-acusa-k-pop-de-incentivar-e-fomentar-protestos-22122019>>. Acesso em: 15 out. 2023.

PEREIRA, Bruna de Carvalho; SANTOS, Emanuely Ferreira Cardoso; CAMPOS, Anderson Gurgel. Mídia em transformação: As Redes Sociais como Novo Território da Opinião Pública - Caso Greta Thunberg. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2020. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1976-1.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2023.

PÉREZ, Daniela. Cómo se organizan los fans de K-pop para hacer política en Chile. CNN Chile, 16 dez. 2021. Disponível em: <[https://www.cnnchile.com/tendencias/como-se-organizan-fans-kpop-politica-chile\\_20211216/](https://www.cnnchile.com/tendencias/como-se-organizan-fans-kpop-politica-chile_20211216/)>. Acesso em: 15 out. 2023.

POSSA, Julia. Participação nas eleições do Chile é a maior dos últimos 30 anos. Poder360, 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/participacao-nas-eleicoes-do-chile-e-a-maior-dos-ultimos-30-anos/>>. Acesso em: 02 nov. 2023.

RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. Association of Internet Researchers. IR 13.0. Salford, United Kingdom. 2012. Disponível em: <<https://spir.aoir.org/ojs/index.php/spir/article/download/8217/6604>>. Acesso em: 05 set. 2023.

RECUERO, Raquel; ARAÚJO, Ricardo. On the Rise of Artificial Trending Topics in Twitter. HT'12: Proceedings of the 23rd ACM conference on Hypertext and social media. Association

of Computing Machinery, New York, United States. 2012. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/2309996.2310046>>. Acesso em 17 set. 2023.

SACOMAN, Virgine Borges de Castilho. DA HALLYU AO ATIVISMO KPOPPER: APROPRIAÇÕES TÁTICAS NA PLATAFORMA TWITTER. Dissertação (mestrado) - Universidade Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. 2022. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/11247>>. Acesso em: 17 set. 2023.

SILVA, Gustavo Miranda Alves. Marshall McLuhan: as redes sociais como novos meios e a construção de uma aldeia global online. VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano. Goiás, 2020. Disponível em: <[http://designnaleyura.net.br/8sipmc/files/gt4\\_077\\_18062.pdf](http://designnaleyura.net.br/8sipmc/files/gt4_077_18062.pdf)>. Acesso em: 05 set. 2023.

URBANO, Krystal; ARAUJO, Mayara; MAZUR, Daniela; ALBUQUERQUE, Afonso. K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os ARMYs do BTS. Dossiê Decolonialidade e Política da Imagens, Logos 55 vol 27 nº 3. PPGCOM, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/348845007\\_K-pop\\_ativismo\\_de\\_fa\\_e\\_desobediencia\\_epistemica\\_um\\_olhar\\_decolonial\\_sobre\\_os\\_ARMYs\\_do\\_BTS](https://www.researchgate.net/publication/348845007_K-pop_ativismo_de_fa_e_desobediencia_epistemica_um_olhar_decolonial_sobre_os_ARMYs_do_BTS)>. Acesso em: 15 out. 2023.

YOUN, Soo. How K-pop stans are shaping elections around the globe. MIT Technology Review, 2023. Disponível em: <<https://www.technologyreview.com/2023/02/16/1067943/kpop-fans-shaping-elections-worldwide/>>. Acesso em: 12 set. 2023.

YIM, Hyun-su. KpoppersXBoric: K-pop fans who rallied support for Chile 's millennial president-elect. The Korea Herald, 2021. Disponível em: <<https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20211224000543>>. Acesso em: 30 out. 2023.