

## Cultura Participativa e Protestos na Coreia do Sul: o ativismo dos fãs de *K-pop* em dezembro de 2024

Camilly Victoria Câmara Cavalcante  
camilly.normaliza@gmail.com

Jefferson Veras Nunes  
jefferson.veras@ufc.br

Recebido em: 16/03/26  
Aceito em: 18/05/26

### Resumo

O presente artigo investiga o papel dos fãs de *K-pop* nos protestos políticos ocorridos na Coreia do Sul em dezembro de 2024. O objetivo geral consiste em analisar o protagonismo e a ação desses fãs nos atos políticos do referido período. Configurando-se como um estudo qualitativo, de cunho exploratório, a investigação foi realizada por meio de análise documental com base em jornais, publicações em plataformas digitais e materiais produzidos por fãs. A análise centrou-se em categorias analíticas organizadas a partir de relatos coletados nas fontes mencionadas, abrangendo a ressignificação de símbolos culturais, as estratégias de organização derivadas das dinâmicas de *fandom*, a cooperação *multifandom*, os gestos de solidariedade e a atualização dos repertórios tradicionais de protesto. Os resultados demonstram que os *fandoms* desempenharam papel de destaque nas manifestações, empregando símbolos culturais como *lightsticks*, músicas e coreografias, bem como a infraestrutura digital para promover ações coordenadas, tanto no espaço físico quanto no ambiente virtual. Os achados da pesquisa evidenciam que o ativismo-fã reflete uma cultura participativa que transcende o entretenimento, constituindo uma manifestação de mobilização social e política.

**Palavras-chave:** ativismo-fã; ativismo em rede; protestos na Coreia do Sul; *k-pop*; fenômeno *Hallyu*.

### *Participatory Culture and Protests in South Korea: K-pop fan activism in December 2024*

#### Abstract

*This article investigates the role of K-pop fans in the political protests that took place in South Korea in December 2024. The general objective is to analyze the role and agency of these fans in the political acts of the referred period. Characterized as a qualitative, exploratory study, the research was conducted through documentary analysis based on newspapers, digital platform posts, and fan-generated materials. The analysis centered on analytical categories organized from accounts collected in the aforementioned sources, encompassing the resignification of cultural symbols, organization strategies derived from fandom dynamics, multi-fandom cooperation, gestures of solidarity, and the updating of traditional protest repertoires. The results demonstrate that fandoms played a leading role in the protests, employing cultural symbols such as lightsticks, songs, and choreographies, as well as*

*digital infrastructure to promote coordinated actions, both in physical space and the digital environment. The research findings evidence that fan activism reflects a participatory culture that transcends entertainment, constituting a manifestation of social and political mobilization.*

**Keywords:** fan activism; networked activism; protests in South Korea; k-pop; Hallyu phenomenon.

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário poderia ser facilmente confundido com um show de *K-pop*, com luzes coloridas varrendo a multidão, cartazes vibrantes erguidos ao alto, vozes sincronizadas cantando refrões que grudam como chiclete. A energia era a mesma, mas os rostos, parcialmente cobertos por máscaras, e os *lightsticks*, antes instrumentos de celebração, tremulavam agora como tochas de resistência. Não era um palco, nem um festival. Tratava-se, na verdade, de um protesto político no coração da Coreia do Sul, no final de 2024, em que fãs de cultura *pop* haviam combinado o *glitter* com gritos de revolta.

As manifestações foram uma resposta direta à aprovação da moção de *impeachment* do presidente Yoon Suk-Yeol, desencadeada pela decretação de lei marcial no dia 3 de dezembro de 2024. Em discurso televisionado em rede nacional, Yoon justificou a medida como necessária para proteger a democracia liberal coreana de ameaças comunistas e atividades antiestado. No entanto, a imposição de um estado de exceção, com suspensão imediata dos direitos civis e políticos, foi interpretada como um ato autoritário, catalisando mobilizações massivas lideradas por parlamentares, sindicatos, jornalistas, movimentos sociais e organizações juvenis, como os *fandoms* de *K-pop*.

A noção de fã, por sua vez, está comumente associada à devoção intensa por figuras públicas; no entanto, ela também carrega estigmas, frequentemente vinculados a ideias de fanatismo, alienação e imaturidade. Esses estereótipos, por sua vez, podem variar significativamente conforme o gênero, a ideologia, a orientação sexual e o objeto de admiração, dentre outros aspectos. Todavia, na década de 1990, consolidaram-se os *Fan Studies*, influenciados pelos Estudos Culturais, que ajudaram a romper com a visão do fã como receptor passivo, destacando seu poder de ação.

Além do consumo cultural, as comunidades de fãs também redirecionam recursos tecnológicos e comunicacionais, bem como seu capital social, para ampliar debates políticos e fomentar mobilizações coletivas, evidenciando o potencial contestatório dos *fandoms*. Diante desse cenário, questiona-se: como ocorreu a mobilização dos fãs de *K-pop* durante a crise política sul-coreana de dezembro de 2024?

Para responder a essa indagação, o presente artigo tem como objetivo principal investigar o papel desses fãs nos protestos políticos do referido período, desdobrando-se nos seguintes objetivos específicos: a) compreender a construção identitária do fã contemporâneo e a formação de comunidades digitais alicerçadas na cultura participativa; b) contextualizar o fenômeno *Hallyu* e a expansão transnacional do *K-pop* via plataformas digitais, a fim de demonstrar como essa diáspora cultural viabilizou o ativismo político; e c) mapear as estratégias de engajamento dos fãs no espaço físico e digital, com o intuito de evidenciar como convertem capital cultural em ação coletiva.

A temática justifica-se pela relevância histórica e política recente da Coreia do Sul e pelo protagonismo dos *fandoms* na mobilização social no espaço público, evidenciando a convergência entre cultura de fãs, solidariedade e engajamento. Embora o *K-pop* integre à sua dinâmica parte da lógica da indústria cultural, sua difusão pelo globo desafia epistemes coloniais e transcende o sentido de mero entretenimento.

## 2 ARQUITETURA DE UM FANDOM: TEORIAS E PRÁTICAS DOS FÃS

O termo *fan* surgiu no século XVII e ganhou conotação esportiva no final do século XIX,

especialmente no beisebol. No Brasil, chegou via influência cultural dos Estados Unidos, consolidando-se na mídia durante o século XX. Comunidades de fãs surgiram associadas aos meios de comunicação de massa, como jornais, rádio, cinema, TV e internet, que reuniam pessoas em torno de objetos de admiração, integrando-se à rotina dos fãs e transformando admiração em ação.

Já a noção de *fandom* designa comunidades organizadas de fãs com interesses e afetos compartilhados. Suas manifestações remontam ao século XIX, com os leitores de Sherlock Holmes, e evoluíram em complexidade, tornando-se objeto dos Estudos de Fãs (Lantagne, 2015; Brombley, 2017). Embora haja divergências teóricas, fãs são reconhecidos como atores que reinterpretam conteúdos culturais, mantendo vínculos emocionais profundos (Gray; Sandvoss; Harrington, 2007; Sandvoss, 2005).

Embora as abordagens sobre o *fandom* variem ao longo do tempo (Gray; Sandvoss; Harrington, 2007), é possível identificar pontos comuns na compreensão desse fenômeno. Para além das divergências entre posições que veem os fãs ora como agentes de resistência ora como reprodutores do *status quo*, e entre perspectivas críticas e mais subjetivas, há um consenso de que os fãs atuam de forma ativa, fortemente engajada, distanciando-se da imagem de simples consumidores passivos.

Nesse sentido, os fãs mantêm vínculos afetivos com seus objetos de interesse e reinterpretam seus conteúdos culturais por meio de um consumo regular e emocionalmente envolvido (Sandvoss, 2005). Dedicam tempo a esse universo simbólico, navegando por diferentes fontes e atravessando a teia intertextual que envolve seus objetos de afeto. Nesse percurso, tornam-se especialistas e constroem dinâmicas coletivas ancoradas em uma economia afetiva, na qual emoções, informações e significados são continuamente trocados e ressignificados.

A essência dos *fandoms* está menos no texto midiático em si e mais nas experiências coletivas de interpretação que ele possibilita. As comunidades funcionam como espaços discursivos em que o compartilhamento de informações e a colaboração geram novas formas de expressão e organização social. Assim, mais que simples grupos de consumo, os *fandoms* são esferas de interação nas quais os fãs constroem identidades e ressignificam conteúdos da cultura dominante. Essa capacidade de transformar significados e criar microculturas evidencia a complexidade do fenômeno, exigindo perspectivas interdisciplinares para sua compreensão.

## 2.1 FANDOM, ATIVISMO E CULTURA PARTICIPATIVA

Historicamente vistos como comunidades dedicadas à celebração de interesses culturais, os *fandoms* ultrapassaram essa função para se tornarem atores relevantes na cultura participativa e no engajamento político. Organizados por valores e práticas colaborativas, esses grupos exemplificam o potencial da mobilização coletiva, ao mesmo tempo em que questionam estereótipos e normas culturais vigentes.

Matt Hills (2002) afirma que se autodeclarar fã é uma escolha política e pessoal, em contraste com a antiga visão patologizante do “ser fã” (Lewis, 1992, p. 31). Esse movimento de reivindicação encontra respaldo nos conceitos de Henry Jenkins (2006), que define as atividades dos *fandoms* a partir de três aspectos inter-relacionados: convergência midiática, inteligência coletiva e cultura participativa.

A convergência midiática deve ser compreendida como um processo cultural dinâmico — não como mero resultado de avanços tecnológicos, mas como uma relação dialética entre sociedade e meios de comunicação. Nessa perspectiva, a inteligência coletiva emerge como paradigma de consumo colaborativo, potencializando a agência individual por meio da cocriação. Conforme já discutido, a cultura participativa redefine o papel do fã, deslocando-o da passividade para a produção ativa de conteúdos, aspecto central no ativismo-fã.

Santaella (2003, p. 27) afirma que as novas tecnologias da comunicação e informação, por meio de seus dispositivos e linguagens, possibilitam ao indivíduo escolher o que deseja

consumir, incentivando a busca por informação e entretenimento. O fã não se define apenas por assistir regularmente a um programa, mas por traduzir essa experiência em práticas culturais, como compartilhar ideias, participar de comunidades ou produzir novos conteúdos (Jenkins, 2006).

Nesse contexto, o consumo leva à produção, a leitura inspira a escrita e a cultura do espectador transforma-se em cultura participativa. Essa cultura participativa baseia-se na formação de comunidades de práticas discursivas em torno de um objeto de interesse comum. Nelas, valorizam-se atividades compartilhadas, engajamentos mútuos e a negociação de bens simbólicos, como informações e significados.

Os fãs contemporâneos empregam as plataformas digitais não apenas para consumir, mas para expandir ativamente os universos ficcionais e artísticos que acompanham. Ao transcender o papel de meros receptores das mídias convencionais (como TV, rádio e impressos), assumem funções múltiplas como curadores, produtores e disseminadores de conteúdos especializados, dando origem a uma complexa ecologia informacional (Jenkins, 2006).

Na era da conectividade digital, os fãs transformam-se em leitores onipresentes, capazes de navegar fluidamente entre diferentes plataformas e narrativas. Essa mobilidade midiática, a qual se pode chamar de “leitura itinerante”, permite não apenas a absorção de conteúdos dispersos, mas também a ressignificação criativa desses elementos em novas combinações transmidiáticas. Essa imersão em múltiplos universos simbólicos não implica a perda de conexão com o espaço físico, mantendo-se uma consciência híbrida entre o digital e o concreto (Jenkins, 2009b; Santaella, 2013).

O domínio tecnológico não se limita a ampliar a participação cultural dos fãs, mas também os instrumentaliza para atuarem em questões de relevância sociopolítica. Em determinados contextos, essas práticas assumem caráter militante, direcionando-se tanto ao enfrentamento de discursos extremistas quanto à defesa de causas progressistas, constituindo assim o fenômeno conhecido como ativismo-fã.

Jenkins (2012) define ativismo-fã como engajamento político que emerge das práticas culturais dos *fandoms*, utilizando suas redes estabelecidas. O autor caracteriza como cívicas as ações que promovem bem-estar coletivo e conexão social, frequentemente empregando referenciais da cultura pop como ferramentas de mobilização.

Nesse contexto, as celebridades e ícones da cultura popular funcionam como mediadores simbólicos que facilitam a interação entre indivíduo, sociedade e mundo. Essa dinâmica gera um processo contínuo de ressemantização cultural, no qual os significados são constantemente reconfigurados em cadeias semióticas intermináveis — no qual cada signo gera novos sentidos que, por sua vez, se transformam em signos para outras interpretações. Desse modo, promove-se uma permanente renovação dos códigos culturais e sociais.

### 3 K-POP: FENÔMENO CULTURAL ATRAVÉS DA HALLYU

O *K-pop* foi difundido pelo mundo através do fenômeno midiático transnacional conhecido como *Hallyu*. Segundo Dewet, Imenes e Pak (2017), a expressão Onda *Hallyu* ou *Hallyu Wave* é fruto de uma série de estudos que se debruça sobre a asianização, conceito que se refere ao recente fluxo de produtos culturais dentro da região do Leste Asiático que, outrora, possuía políticas fechadas ou restritas ao intercâmbio cultural.

Conforme destacam Dewet, Imenes e Paik (2019, p. 22), a mídia chinesa foi pioneira na cunhagem do termo *Hallyu* em 1998, originalmente empregado para descrever o fenômeno de entusiasmo massivo da juventude chinesa pela cultura popular sul-coreana. Etimologicamente, o termo representa uma adaptação fonética da expressão chinesa *Hanliu* (韩流), cuja tradução literal, “onda coreana”, metaforiza seu caráter de fluxo cultural contínuo e expansivo.

Antes disso, na década de 1990, o fenômeno sul-coreano iniciou seu projeto de expansão global, voltado inicialmente para a China, por meio de suas produções televisivas —

os *k-dramas* — que passaram a despertar interesse também pela música, culinária, literatura, arquitetura, idioma e outros de seus aspectos culturais.

A exportação da *Hallyu* para além da Ásia se intensificou entre 2000 e 2010, impulsionada pela expansão das plataformas digitais, assim como dos fóruns, das redes sociais e do intenso trabalho de fãs, responsáveis pela tradução e mediação de produções sul-coreanas. Conforme assinala Jenkins (2009b), a inserção de produtos culturais asiáticos no Ocidente decorre de duas formas de convergência, que compreendem a primeira, denominada convergência corporativa, gerada pelas indústrias de mídia tradicionais; e a segunda, convergência alternativa, articulada pelas próprias comunidades de fãs e fluxos migratórios.

### 3.1 HISTÓRICO DO K-POP: ANOS 1990

Ao se utilizar o termo *K-pop* como uma forma reduzida da expressão em inglês *korean pop music* (com tradução livre para música popular sul-coreana), não se faz referência aos gêneros musicais tradicionais da Coreia do Sul, mas, sim, às produções musicais híbridas, que contam também com influências ocidentais, surgidas a partir da globalização.

O trio Seo Taiji and Boys revolucionou a música sul-coreana com Nan Arayo (1992), introduzindo uma fusão inédita de rap, rock e ressonâncias da cultura local — não por meio de musicalidade clássica (como o *gugak*), mas através de inflexões melódicas e rítmicas que dialogavam com a identidade coreana. Segundo Shim (2006), seu sucesso decorreu não apenas da inovação sonora, mas também do contexto econômico favorável e da ruptura com os formatos televisivos dominantes.

Até então, o mercado musical era monopolizado por baladas românticas convencionais e pelo *ppongjjak* — gênero derivado do *enka* japonês, caracterizado por vocalizações emotivas e temáticas nostálgicas —, o que levava os jovens a buscar alternativas no *pop* estadunidense. A partir de 1992, o grupo redefiniu o panorama cultural ao sintetizar referências globais (como o *hip-hop*) e locais (como o *ppongjjak*), equilibrando tradição e contemporaneidade.

Seo Taiji and Boys não apenas inovaram ao mesclar múltiplos gêneros musicais, mas também transformaram suas letras em um manifesto da juventude sul-coreana dos anos 1990. Temas como a crítica ao sistema educacional, as hierarquias sociais e até o anseio pela unificação das Coreias contribuíram para seu sucesso comercial, que os fez contabilizar mais de 6 milhões de álbuns vendidos e 10 bilhões de *won* arrecadados em quatro anos. O fenômeno ajudou a Coreia do Sul a se consolidar, em 2002, como o segundo maior mercado musical da Ásia (Shim, 2006).

Além do conteúdo musical, o trio rompeu paradigmas da época ao abandonar a dependência das emissoras de TV, montar seu próprio estúdio e priorizar habilidades de dança na seleção de membros. A estratégia não só desafiou o monopólio midiático, como também abriu espaço para o surgimento das chamadas *boy bands*, com gravadoras e agências adotando audições em massa, replicando a fórmula que equilibrava talento performático e artístico.

Em 1996, o grupo se dissolveu, e Yang Hyun-suk, um dos integrantes, fundou a YG Entertainment. Assim, consolidaram-se as “três grandes” agências do *K-pop*, junto à *SM Entertainment*, fundada em 1995, e à *JYP Entertainment*, criada em 1997. Essas empresas são conhecidas pelos métodos rigorosos na formação dos idols, termo que designa os artistas treinados em canto, dança, comportamento e estética, preparados para atender às demandas do mercado (Dewet; Imenes; Paik, 2019, p. 25).

A produção dos grupos é cuidadosa e envolve pesquisa de mercado, definição de conceito e anos de treinamento intensivo. Depois do *debut*, as promoções se tornam mais intensas, e é nesse momento que os fãs ganham importância. Mais do que consumidores, eles atuam como agentes na divulgação, assegurando o sucesso comercial e a projeção global do gênero *K-pop*.

### 3.2 DO FÃ AO FANDOM: CARACTERÍSTICAS E DINÂMICAS NO K-POP

No ecossistema do *K-pop*, as comunidades de fãs articulam-se em *fandoms* específicos para cada grupo, dotados de cores, símbolos e nomes próprios. Um caso emblemático é o do ARMY, *fandom* do BTS, que adotou o roxo como cor representativa após o integrante V (Kim Taehyung) explicar, durante o concerto *BTS 3rd Muster*, realizado em 2016, que essa tonalidade simbolizava “o último amor”, uma metáfora para o vínculo entre o grupo e os fãs.

Para além do consumo, os fãs participam ativamente de debates sobre questões sociais, políticas e ambientais, uma dinâmica que remonta às origens do próprio gênero, tendo no grupo *Seo Taiji and Boys* um de seus exemplos mais expressivos, visto que os artistas enfrentaram forte censura devido ao teor crítico de suas composições. Segundo Howard (2015), os fãs se mobilizaram de forma tão intensa que, em 1995, quando o Comitê de Ética da Radiodifusão Coreana tentou vetar a música *Regret the Times*, a pressão popular resultou não só na revogação da decisão, mas também na abolição do sistema de censura, processo concluído antes mesmo da dissolução do grupo, em 1996.

Com o desenvolvimento da internet e a globalização, os *fandoms* de *K-pop* tornaram-se cada vez mais organizados e articulados. Com a chegada da música *pop* sul-coreana ao Brasil, na primeira década do século XXI, impulsionada pelas redes sociais, os fãs brasileiros não apenas passaram a consumir o gênero, mas também atuaram em sua divulgação por meio da tradução de conteúdos, da criação de *fanbases* e da organização de eventos, entre outras coisas.

Segundo Sun Jung (2012), o *fandom* do *K-pop*, centrado na internet, reflete mudanças nos paradigmas da indústria cultural global. Além de promover seus artistas, os fãs acompanham o tratamento dado pelas empresas, o bem-estar público e questões sociais tanto na Coreia do Sul quanto no cenário global. Com base no marketing das agências e no uso das tecnologias de comunicação, os fãs reconhecem seu poder de influenciar as decisões das empresas em favor de seus interesses e dos artistas.

Para demonstrar que, no caso dos *fandoms* de *K-pop*, a participação e o ativismo são a norma e não a exceção, Jung (2012) apresenta o caso do trio JYJ contra a empresa sul-coreana SM Entertainment. Em 2009, três membros do grupo TVXQ — Jaejoong, Yoochun e Junsu — processaram a SM Entertainment, alegando que seus contratos eram extremamente desfavoráveis, com cláusulas abusivas. Esses contratos incluíam períodos de até 13 anos, com distribuição desigual de lucros e condições de trabalho exaustivas. O processo trouxe à tona o debate público sobre a exploração de *idols* na indústria do *K-pop*.

Os fãs do TVXQ, conhecidos como *Cassiopeia*, desempenharam um papel crucial nesse processo, organizando campanhas para apoiar os membros do grupo, a fim de atrair a atenção da mídia e da sociedade para os problemas sistêmicos da SM Entertainment e da indústria em geral. A mobilização resultou em mudanças importantes, como a introdução de regulações pelo governo sul-coreano para contratos de *idols*. Esse ativismo manifestou-se em *blogs* e fóruns na internet, nos quais os fãs organizaram catálogos massivos de arquivos audiovisuais e multimídia para documentar o ocorrido, analisaram julgamentos judiciais e até criaram um dicionário *online* para explicar termos recém-cunhados (Jung, 2012, *online*).

Indo além do mundo da música sul-coreana, os *fandoms* de *K-pop* ultrapassaram o universo musical e se engajaram em causas sociopolíticas globais (Alves, 2023, p.13), como o movimento *Black Lives Matter* (BLM) após a morte brutal de George Floyd em maio de 2020. Quando a polícia de Dallas lançou um aplicativo para rastrear protestos e ativistas, fãs de *K-pop* inundaram a plataforma com *fancams* (vídeos de *performances* de artistas) e sobrecarregaram *hashtags* antirracistas, travando o sistema por “dificuldades técnicas”. A ação foi bem-sucedida e destacou o poder de mobilização do *fandom* além da música.

No Brasil, um caso de ativismo digital envolvendo os *fandoms* de *K-pop* ocorreu em resposta a uma postagem feita por Douglas Garcia, deputado por São Paulo, na plataforma X. Na publicação, Garcia pediu que seus seguidores enviassem informações sobre indivíduos identificados como antifascistas para seu e-mail. Em resposta, os *fandoms* de *K-pop* se

mobilizaram rapidamente, inundando o endereço eletrônico com *fancams* e colagens, o que frustrou a coleta de dados e desorganizou o pedido, demonstrando mais uma vez sua habilidade em articulação e ativismo digital.

Além de promoverem ativamente a música e o conteúdo cultural coreano, os fãs de K-pop transcendem o papel de consumidores, assumindo, muitas vezes, uma postura política engajada e participativa.

#### 4 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, caracterizando-se como exploratória quanto aos objetivos, com enfoque na análise da participação de fãs de *K-pop* durante as manifestações na Coreia do Sul em 2024. Embora o recorte temporal abranja eventos entre 3 de dezembro e 14 de janeiro, a investigação concentra-se especificamente nas manifestações ocorridas nos dias 7 e 14 de dezembro, período em que foi possível observar o intenso engajamento político e a expressiva mobilização dos *fandoms*.

Adotaram-se, na presente pesquisa, métodos bibliográficos e documentais para analisar a organização, a disseminação de informações e o engajamento político dos fãs de *K-pop*, com ênfase no uso de símbolos culturais nos protestos ocorridos na Coreia do Sul em dezembro de 2024. A revisão bibliográfica abrangeu literatura especializada sobre cultura *fandom*, convergência midiática, ativismo político e o fenômeno *Hallyu*.

Na análise documental, foram examinados 28 artigos de veículos sul-coreanos e internacionais (*The Korea Times*, *BBC*, *CNN* e *Kyunghyang Shinmun*), além de 20 vídeos de agências como *Reuters* e *Associated Press* e conteúdos de *podcasts* como K-Papo. Adicionalmente, foi realizado um levantamento de cerca de 60 publicações na plataforma *X*, a partir da consulta a perfis de comunicadores especializados em mídia asiática, como Daniela Monteiro e Joseph Kim, associada à análise de postagens com *hashtags* utilizadas como descritores das manifestações, entre elas *#YoonResign* e *#ProtectDemocracy*. A seleção do material considerou sua pertinência ao contexto sul-coreano e ao período específico das manifestações. Nesse sentido, a seção subsequente apresenta como as dinâmicas de *fandom* se comportaram, com base em relatos selecionados de participantes e na cobertura das fontes jornalísticas consultadas.

Para a análise dos dados, adaptou-se a metodologia de Cellard (2012) às particularidades das fontes digitais, seguindo seis etapas, a saber: 1) contextualização histórica e política dos eventos; 2) verificação da autoria (perfis verificados, jornalistas locais e institutos especializados); 3) checagem da autenticidade por meio de URLs oficiais e certificados digitais; 4) consideração da natureza dinâmica dos textos online (atualizações, interatividade); 5) identificação de conceitos-chave, como “símbolos do K-pop” e “solidariedade do *fandom*”; e 6) interpretação crítica, articulando os dados ao referencial teórico. Esse procedimento permitiu uma reconstrução dos eventos, assegurando coerência metodológica tanto à análise das fontes quanto à interpretação do fenômeno.

As manifestações analisadas apresentaram números significativos de participantes, variando entre 149 mil, conforme a estimativa policial, e 1 milhão, de acordo com os organizadores, no primeiro ato (Park, 2024), e cerca de 200 mil no segundo (EuroNews, 2024). Além disso, os atos destacaram-se por sua estética marcada pela presença massiva de *lightsticks*, pelo canto de músicas, bem como pela viralização de conteúdo referente aos eventos nas redes sociais, dinamizada com *hashtags* e publicação de vídeos e fotos quase de forma instantânea.

Os eventos contaram com uma expressiva presença de mulheres jovens e adultas, correspondendo a aproximadamente 40% dos manifestantes (DW, 2024), o que reflete a convergência com a composição típica dos *fandoms* de *K-pop*, cuja participação feminina historicamente se estabelece entre 70% e 90% de acordo com os dados do jornal Korea JoongAng Daily (CHU; BAE, 2022 *online*).

O recorte temporal da pesquisa foi escolhido por refletir, de forma paradigmática, as dinâmicas na interface entre a cultura *fandom* e o ativismo político. Nesse sentido, a seção subsequente apresenta como essas dinâmicas se manifestaram nos eventos estudados, com base em relatos selecionados de participantes e na cobertura das fontes jornalísticas consultadas.

## 5 ANÁLISE DOS DADOS

No *K-pop*, os *lightsticks* (bastões de luz personalizados de grupos de *K-pop*) têm um papel simbólico, funcionando como instrumentos para os fãs demonstrarem apoio aos seus artistas favoritos. Durante *shows*, festivais e premiações, eles são usados para iluminar o ambiente e criar uma experiência visual compartilhada, facilitando a interação entre os *idols* e seus públicos.

O artefato tornou-se um elemento significativo na cultura *K-pop* por volta de 2006, quando G-Dragon, líder do grupo BIGBANG (segunda geração), criou um *lightstick* personalizado em formato de coroa, simbolizando a identidade do grupo e consolidando o objeto como um ícone do gênero. Desde então, os *lightsticks* passaram a incorporar elementos estéticos únicos para cada *fandom*, reforçando o senso de pertencimento a uma identidade coletiva e a interatividade entre fãs.

Transformados em instrumentos de protesto em dezembro de 2024, esses elementos demonstraram como as práticas de *fandom* podem transcender o âmbito do entretenimento e converter-se em ação política. Os relatos compilados no Quadro 1 decorrem da seleção documental realizada no X e em veículos de imprensa, ilustrando o processo pelo qual a cultura *K-pop* foi reconfigurada pelos manifestantes, desde suas estratégias de mobilização até a ocupação criativa do espaço físico por meio da ressignificação de símbolos culturais.

**Quadro 1** – Caracterizando as manifestações a partir de relatos coletados na pesquisa

CATEGORIAS	RELATOS/RECORTES
1 - A transmutação do símbolo: de objeto <i>fandom</i> para ferramenta política	“Estamos mostrando que os protestos políticos não precisam ser sombrios. Este país está em caos neste momento. Usamos bastões luminosos em shows, então por que não aqui? Eu apoio o <i>K-pop</i> , mas também apoio a democracia”. (Kwon Ji-soo, 20 anos, para <i>The Guardian</i> , 2024 <i>online</i> )
	“Uma das vantagens dos <i>lightsticks</i> é a sua resistência. Além disso, eles brilham muito e têm um tamanho fácil de transportar”. (Kim Do-heon, para <i>Radio New Zealand</i> , 2024 <i>online</i> )
	“Lee Seul-gi, 36 anos, disse que os protestos pelo impeachment desta vez se tornaram mais acessíveis: ‘Os comícios anteriores podem ter sido um pouco violentos e assustadores. Mas <i>lightsticks</i> e o <i>K-pop</i> reduziram a barreira’”. ( <i>Radio New Zealand</i> , 2024 <i>online</i> )
	“Na mão, ela segurava um bastão de torcida em forma de cubo com um autocolante de impeachment feito por ela mesma, chamado ‘Mumunbom’. Parecia que ele havia renascido como um ‘bastão de impeachment’ para este protesto”. (Seo Ye-min, 25 anos, para <i>Kyunghyang Shinmun</i> , 2024 <i>online</i> )
2 - Estratégias de organização e disseminação herdadas das práticas de <i>fandom</i>	“Eles têm compartilhado ‘listas de verificação’ nas mídias sociais que fornecem informações rápidas sobre vários comícios e incentivam a participação em comícios fazendo pedidos de ‘pré-pagamento de café’ em cafeterias próximas aos locais dos comícios”. ( <i>Munhaw News</i> , 2024 <i>online</i> )
	“Quem vem pela primeira vez pode ficar confuso, pois Yeouido é grande e complexo, mas basta seguir os bastões de torcida para participar naturalmente da manifestação” (Yoon, para <i>Munhaw News</i> , 2024 <i>online</i> )
	“O fã do <i>K-pop</i> e os protestos, duas atividades aparentemente improváveis, têm muitas semelhanças. Os fãs de <i>K-pop</i> com quem conversamos no local foram unânimes: ‘Estamos muito acostumados a fazer manifestações’, disseram eles, ‘e somos especializados em protestos’. Esperar ao ar livre, no frio congelante, por shows e

	apresentações de prêmios musicais no final do ano não é novidade para eles. No final do ano, as pré-gravações chamadas de ‘sanok’ geralmente são realizadas ao amanhecer e, como é por ordem de chegada, eles são forçados a dormir ao ar livre na noite anterior. Um fã de ídolos que participou do protesto disse: ‘No passado, o ‘Gayo Daejeon’ da MBC era transmitido ao vivo de Imjingak todo mês de dezembro. Em comparação com a apresentação em um frio de 20 graus negativos, essa manifestação não é nada’, ele riu. Além dos bastões de torcida, todos os preparativos para o comício são os mesmos do estúdio de gravação de transmissões, incluindo roupas quentes, bolsas térmicas para se aquecer, almofadas para manter o frio longe do chão, dinheiro, caso não seja possível fazer pagamentos com cartão ou telefone celular, e carteiras de identidade para verificar sua identidade”. (Munhaw News, 2024 <i>online</i> )
3 - A cooperação <i>multifandom</i> para além das rivalidades tradicionais	Baek Ji-won, 33 anos, fã de <b>Monsta X</b> (Munhaw News, 2024 <i>online</i> ); Seo Ye-min, 25 anos, fã do <b>NCT</b> (para Kyunghyang Shinmun, 2024 <i>online</i> ); Lee Seul-gi, 36 anos, fã de <b>ATEEZ</b> (Radio New Zealand, 2024 <i>online</i> ); Shin Jae-yun, fã de <b>TREASURE</b> (Radio New Zealand, 2024 <i>online</i> ).
4 - Gestos concretos de coletividade e solidariedade	Seo disse que, ao ver os seus colegas fãs no X irem ao local da manifestação com bastões de torcida, sentiu vontade de participar, “mesmo que fosse com uma pequena luz” (Seo Ye-min, 25 anos, para Kyunghyang Shinmun, 2024 <i>online</i> ) Baek Ji-won (33 anos) preparou lanches para partilhar com os fãs ao seu redor: “Nos dias de concertos ou eventos, sempre levo presentes para as pessoas que encontro pela primeira vez. Neste comício, algumas pessoas distribuíram aquecedores, lanches, almofadas e até cadeiras dobráveis. Havia também fãs que prepararam e deixaram absorventes higiênicos no banheiro feminino próximo ao local do comício”. (Munhaw News, 2024 <i>online</i> )
5 - Uma atualização cultural de repertórios tradicionais de protesto	“Para falar de forma um pouco grandiosa, os comícios que incorporavam o espírito de resistência popular da década de 1980 transformaram-se numa cultura pan-cidadã através dos comícios das velas. Agora, a geração mais jovem deu um passo adiante e começou a transformar os comícios em festivais e ambientes pacíficos usando a linguagem do K-pop. A praça é um lugar assim. É um lugar onde identidades e opiniões diversas podem coexistir”. (Seo Jeong-min, para Munhaw News, 2024 <i>online</i> )

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Na primeira categoria analisada, que atende à etapa de identificação de conceitos-chave proposta na metodologia, os relatos evidenciam como os símbolos da cultura *K-pop* foram ressignificados como instrumentos de mobilização política durante os protestos pela democracia na Coreia do Sul. Em 2024, essa apropriação tornou-se patente no uso estratégico de lightsticks e coreografias, manifestações que converteram a *performance* estética em engajamento civil. Como observa Jenkins (1992), os fãs atuam como leitores críticos cujas comunidades funcionam enquanto espaços de ressignificação coletiva. A participação dos *fandoms* nos protestos exemplifica um processo de transmissão cultural alimentado tanto por laços afetivos quanto pelo desejo de construção compartilhada de significados políticos.

Como se destaca na segunda categoria, a comunidade *fandom* utiliza suas práticas, habilidades, *expertises* e infraestrutura digital para promover diferentes formas de engajamento político. Nesse sentido, a partir dos pressupostos de Jenkins (2012), constata-se que a identidade de fã se caracteriza por uma postura ativa na defesa de seus objetos de interesse. Essa atuação é frequentemente manifestada em dinâmicas cotidianas, a exemplo de campanhas contra o cancelamento de produtos midiáticos ou da mobilização de recursos para causas coletivas, o que funciona como um aprendizado prático de articulação compartilhada.

Agrega-se a essa dimensão a capacidade dos fãs de estruturar esferas informacionais próprias, dotadas de organização e economia política específicas que transcendem o mero consumo. Desse modo, as competências técnicas, comunicacionais e midiáticas desenvolvidas no interior das comunidades demonstram o potencial político latente nos *fandoms*, conforme se observa num cartaz presente nas manifestações sul-coreanas que exibia o seguinte pedido: “Deem aos geeks a liberdade de se preocuparem apenas com coisas geeks” (Radio New Zealand,

2024 *online*), evidenciando como uma indignação partilhada é capaz de politizar temporariamente o espaço do entretenimento.

As hierarquias e as disputas de *fandoms* distintos, como evidenciado por Hills (2002), foram momentaneamente deixadas de lado em prol de uma causa coletiva. *Lightsticks* de diferentes grupos, tais como ATEEZ, MONSTA X, NCT e TREASURE, foram erguidos juntos nas manifestações, em um fenômeno visual no qual objetos antes lidos como signos de comunidades concorrentes passaram a brilhar lado a lado pela mesma causa.

A disseminação do *K-pop* no Ocidente está diretamente relacionada à interação, ao compartilhamento e ao trabalho mútuo e voluntário das comunidades de fãs, o que reflete a experiência compartilhada apontada por Duffett (2013) frente a barreiras e estereótipos frutos do orientalismo e da xenofobia. Nesse sentido, o aspecto solidário e o senso de comunidade constituem fatores de grande importância na cultura *K-pop*, como observado nos relatos da categoria quatro. Em complemento, cabe assinalar que o senso de cuidado e apoio mútuo permeou as ações durante os protestos, reforçando os vínculos do *fandom*.

Tal como destacado pelo The Guardian (2024), após a marcha em frente à sede do partido governista, os manifestantes encerraram a noite com trocas de mensagens de apoio, como “Você fez um bom trabalho” e “Nos vemos amanhã”. Essas ações não apenas reforçam o caráter organizado e resiliente do movimento, mas também refletem a cultura de comunidade e apoio mútuo cultivada pelos *fandoms* de *K-pop*. Assim, a solidariedade dos fãs transcende o espaço digital, materializando-se em ações concretas que fortalecem a luta por mudanças sociais e políticas.

Park Sun-min, um crítico da cultura pop, complementa: “Uma geração que é hábil na autoexpressão por meio da mídia social e que pratica o que prega” (Yoonjin, 2024 *on-line*). Os fãs de *K-pop* podem ser considerados leitores ubíquos, como caracterizou Santaella (2013). Esses fãs, transitando por múltiplas mídias e universos de signos, criam novos significados transmidiáticos, mantendo o controle de sua presença e de seu entorno no espaço físico.

Como destaca Duffett (2013, p. 32), cada novo desenvolvimento na cultura da mídia trouxe consigo novas figuras públicas e práticas de fãs que se tornaram incorporadas e importantes por si mesmas. Assim, o uso dos *lightsticks* nos protestos de 2024 não apenas atualiza o simbolismo da participação política na Coreia do Sul, mas também exemplifica como a cultura dos fãs pode se reconfigurar em diferentes contextos sociais e históricos. Como reforça Lewis (1992, p. 40, tradução nossa), os *fandoms* são uma forma de “dar sentido ao mundo em relação à mídia de massa e à nossa localização histórica, social e cultural”.

A presença dos *lightsticks* nas manifestações de 2024 não foi um fenômeno isolado, e sim uma releitura do simbolismo das velas que iluminaram os protestos pelo *impeachment* da presidenta Park Geun-hye em 2016. Essa conexão foi conscientemente percebida pelos próprios manifestantes na categoria cinco, pois, se as velas representavam a tradição do movimento democrático sul-coreano (carregando o peso simbólico de luto e esperança coletiva), os *lightsticks*, por sua vez, emergiram como sua atualização cultural, agora incorporando a estética e o repertório da geração *K-pop*.

Vale notar que essa transição já dava sinais em 2016, quando estudantes da Universidade Feminina de Ewha usaram músicas de *K-pop* em seus atos. Em 2024, contudo, a apropriação foi além, visto que os *lightsticks*, objetos antes restritos a *shows* musicais, tornaram-se instrumentos de protesto, transformando a linguagem dos *fandoms* em ação política coletiva. Esse movimento permite constatar a marca da entrada de uma geração que cresceu com o *K-pop* como pano de fundo de sua socialização política. Os *lightsticks* de 2024 carregavam a identidade de uma geração que, em grande medida, aprendeu a se organizar por meio das comunidades de fãs.

## 6 CONCLUSÃO

O estudo evidenciou o papel das plataformas digitais não apenas na disseminação de

informações e na organização dos atos durante a crise política na Coreia do Sul, mas também como vetores de uma mobilização que viabilizou a ocupação do espaço físico. Durante os protestos, elementos da cultura *K-pop* deixaram de ser símbolos de entretenimento para se tornarem ferramentas de resistência na praça pública, resultando em uma manifestação urbana e híbrida, composta de cores, música e um profundo senso de cuidado coletivo.

Nesse sentido, é essencial reconhecer que a identidade do fã, longe de ser estática, é performativa e constantemente negociada. Em alguns contextos, ela funciona como um espaço de validação e conhecimento; em outros, como um ato de resistência cultural. Historicamente associada ao consumo de bens considerados menores, essa identidade ainda carrega um estigma que exige contínuos processos de legitimação.

O estudo expôs as contradições inerentes às transformações promovidas pela cultura participativa, ao revelar que grupos muitas vezes estigmatizados pelo consumo de entretenimento emergem, na prática, como uma expressiva força de mobilização democrática. A investigação evidenciou que as formas de expressão e a *performance* do ativismo-fã afetam as dinâmicas sociais ao ressignificar símbolos em ferramentas de resistência política e ao articular a infraestrutura digital das comunidades com a ocupação do espaço público, a partir de uma ação multifacetada mobilizada pelos fandoms.

Embora as discussões não se esgotem aqui, os dados coletados e as informações analisadas acerca do fenômeno Hallyu e dos protestos políticos ocorridos na Coreia do Sul no final de 2024 abrem caminhos para investigações futuras em diferentes cenários que explorem as nuances dos mecanismos de organização coletiva. Isso se mostra relevante especialmente na cultura contemporânea, dada a sua potência de redefinição não apenas da indústria cultural, mas da própria noção de ativismo político.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Filipe. Fã-ativismo e o engajamento dos fandoms em eventos de protestos. **Cadernos Cajuína**: Revista Interdisciplinar, São Paulo, v. 8, n. 3, 2023. Disponível em: <https://v3.cadernoscajuina.pro.br/index.php/revista/article/view/105>. Acesso em: fevereiro de 2025.

BROMBLEY, Katharine. A Case Study of Early British Sherlockian Fandom. **Transformative Works and Cultures**, EUA, vol. 23, 2017. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/861>. Acesso: janeiro de 2025.

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 3. ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2012. p. 295-316.

CHUN, Young-sun; BAE, Jung-won. Female fans become driving force of K-pop girl groups. **Korea JoongAng Daily**, 2022. Disponível em: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/12/12/entertainment/kpop/girl-group-kpop-female-kpop-fan/20221212152033239.html>. Acesso em: janeiro de 2026.

DEWET, Babi; IMENES, Érica; PAK, Natália. **K-Pop - Manual de Sobrevivência**: Tudo que você precisa saber sobre a cultura pop coreana. Belo Horizonte: Gutenberg Editora, 2017.

DEWET, Babi; IMENES, Érica; PAIK, Sol. **K-pop – Além da Sobrevivência**: Tudo o que você ainda

precisa saber sobre a cultura pop coreana. Belo Horizonte: Gutenberg Editora, 2019.

DUFFETT, Mark. **Understanding fandom**: an introduction to the study of media fan culture. Nova Iorque: Bloomsbury Academic, 2013.

EURONEWS. Celebrations in Seoul, South Korea as President Yoon is impeached - In Pictures. 2024. Disponível em: <https://www.euronews.com/2024/12/14/celebrations-in-seoul-south-korea-as-president-yoon-is-impeached-in-pictures>. Acesso em: janeiro de 2025.

GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee (org.). **Fandom**: identities and communities in a mediated world. Nova Iorque: Londres: Imprensa da Universidade de Nova Iorque, 2007.

HILLS, Matt. **Fan Culture**. Londres: Nova Iorque: Routledge, 2002.

HOWARD, Keith. Politics, parodies, and the paradox of psy's 'gangnam style'. **Romanian Journal of Sociological Studies**, Bucharest, n. 1, p. 13–29, 2015. Disponível em: <https://journalofsociology.ro/wp-content/uploads/2015/08/Full-text-pdf.1.pdf>. Acesso em: janeiro de 2025.

KIM, Rin-Ah. Rally Preparation Checklist - Pre-pay for coffee... 'rally' citizens on social media. **Munhwa News**, Seoul, 2024. Disponível em: <https://www.munhwa.com/news/view.html?no=2024121001070921276001>. Acesso em: fevereiro de 2025.

JUNG, Sun. Fan activism, cybervigilantism, and Othering mechanisms in K-pop fandom. **Transformative Works and Cultures**, EUA, v. 10, 2012. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/300>. Acesso em: janeiro de 2025.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. Londres: Nova Iorque: Routledge: Chapman and Hall, 1992.

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers, and Gamers**: exploring participatory culture. Nova Iorque: Londres: Imprensa da Universidade de Nova Iorque, 2006.

JENKINS, Henry et al. **Confronting the challenges of participatory culture**: media education for the 21st century. Massachusetts: Londres: MIT Press, 2009a.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009b.

JENKINS, Henry. Cultural Acupuncture: Fan Activism and the Harry Potter Alliance. **Transformative Works and Fan Activism**. **Transformative Works and Cultures**, EUA, v. 10, 2012. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/305>. Acesso em: janeiro de 2025.

JENKINS, Henry. Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts. In: JENKINS, Henry et al. **By Any Media Necessary**: The New Youth Activism. Nova Iorque: Imprensa da Universidade de Nova Iorque, 2016. 1-60 p.

LANTAGNE, Stacey M. Sherlock holmes and the case of the Lucrative fandom: recognizing the Economic power of fanworks and Reimagining fair use in copyright. **Michigan Telecommunications and Technology Law Review**, Ann Arbor (EUA), v. 21, n. 263, 2015. Disponível em: <https://repository.law.umich.edu/mttlr/vol21/iss2/2>. Acesso em: janeiro de 2025.

LEWIS, Lisa (org.). **The Adoring Audience**: fan culture and popular media. Londres: Nova Iorque: Routledge, 1992.

PARK, Boram. Massive rally in National Assembly calls for Yoon's ouster amid impeachment vote. **Yonhap News Agency**, Seoul, 2024. Disponível em: <https://en.yna.co.kr/view/AEN20241207002752320>. Acesso em: janeiro de 2025.

RASHID, Raphael. South Korea deploys K-pop light sticks and dance in protests against president. **The Guardian**, Seoul, 2024. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2024/dec/12/south-korea-martial-law-protests-K-pop-and-glow-sticks>. Acesso em: fevereiro de 2025.

RYALL, Julian. Women at the forefront of South Korea's martial law protest. **DW**, Tóquio, dez. 2024. Disponível em: <https://www.dw.com/en/women-at-the-forefront-of-south-koreas-martial-law-protests/a-71152185>. Acesso em: fevereiro de 2025.

SANDVOSS, Cornel. **Fans: the mirror of consumption**. Cambridge: Polity Press, 2005.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **FAMECOS**, n. 22, p. 23-32, 2003. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229>. Acesso em: julho de 2022.

SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SHIM, Doobo. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. **Media, Culture & Society**, Londres, v. 28, n. 1, p. 25-44, 2006. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/254737351\\_Hybridity\\_and\\_the\\_Rise\\_of\\_Korean\\_Popular\\_Culture\\_in\\_Asia](https://www.researchgate.net/publication/254737351_Hybridity_and_the_Rise_of_Korean_Popular_Culture_in_Asia). Acesso em: janeiro de 2025.

YIM, Hyunsu; CHAN, Nicoco; PARK, Minwoo. K-pop light sticks fire up impeachment protests in South Korea. **Radio New Zealand**, 2024. Disponível em: <https://www.rnz.co.nz/news/world/536343/K-pop-light-sticks-fire-up-impeachment-protests-in-south-korea>. Acesso em: fevereiro de 2025.

YOOJIN, Lee. The most precious light' held up to protect the precious. **Kyunghyang Shinmun**, Seoul, 2024. Disponível em: <https://www.khan.co.kr/article/202412140600001>. Acesso em: fevereiro de 2025.