
A Influência dos Fãs Internacionais no Mercado do K-pop: O Caso do Boicote ao Grupo RIIZE e Suas Implicações¹

Giovana Juliatto BORDINI²

Clarice GRECO³

Universidade Paulista- UNIP

Resumo

Este resumo expandido apresenta parte de um artigo científico que tem como objetivo discutir o boicote de fãs do grupo sul-coreano RIIZE, causado pelo desligamento do integrante Seunghan, no qual os fãs internacionais adotaram estratégias de ativismo para não consumir conteúdos relacionados ao grupo, analisando as discussões feitas pelo fandom no Reddit em fóruns especializados em K-pop. A partir da metodologia de estudo de caso, essa pesquisa observa discursos, afetos e táticas coletivas, ancorando-se em autores como Jenkins (2009), Sandvoss (2013), Febrianti et al. (2022), Tinaliga (2018) e Greco e Pontes (2021), refletindo sobre agência, economia da atenção e cultura participativa no K-pop.

Palavra-chave: K-pop; cultura pop; indústria musical; fãs; RIIZE;

As dinâmicas presentes dentro do K-pop e sua cultura de fãs nas últimas duas décadas vem se consolidando como um dos pilares da cultura pop global contemporânea, se estruturando não apenas por estratégias midiáticas e estéticas altamente planejadas, mas também por uma relação intensa e interdependente entre artistas e fãs. Esse sistema, marcado por vínculos afetivos e expectativas de conduta, torna-se ainda mais complexo quando ocorrem rupturas na imagem pública dos *idols* (HANY, 2020). Esporadicamente são relatados casos em que a alta exposição que esses artistas sofrem, acarretam movimentos de ativismo de fãs dentro de seus fandoms.

Entre os meses de novembro de 2023 e outubro de 2024, o universo do K-Pop vivenciou um caso bastante representativo com o cantor Seunghan, ex-integrante do grupo masculino RIIZE. O artista teve imagens pessoais de sua vida antes da fama sendo vazadas, após um mês de estreia do grupo que pertence a *SM Entertainment*, uma das principais agências no segmento de artistas de K-Pop. Durante o intervalo de quase um ano desde o vazamento dessas imagens que acarretaram um período de pausa na sua

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNIP, e mail: bordini.giovanaj@gmail.com.

³ Pós-doutorado em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNIP, e mail: claricegreco@gmail.com

recém iniciada carreira, até sua saída definitiva do grupo, a situação de Seunghan envolveu múltiplos atores — fãs, agência e mídia, o que por sua vez evidenciou as intrincadas negociações de poder e reputação existentes no âmbito da cultura pop asiática.

O BRIZZE, nome dado ao fandom do grupo RIIZE, passou por uma espécie de divisão dentro dessa comunidade, na qual enquanto fãs sul-coreanas eram a favor do desligamento do cantor Seunghan, as fãs internacionais buscavam maneiras de fazer com que o integrante permanecesse na banda. Esses dois grupos além de utilizarem o seu poder como consumidores do RIIZE, e de sua agência por consequência, já que fãs domésticos (que residem na Coreia do Sul) pressupõem que esse grupos devem fazer suas vontades, pois são seus consumidores primárias o que reforça como as empresas tendem a atender a essas demandas em uma lógica de priorização do mercado doméstico. Já os fãs internacionais, lutam por mais espaço nessa lógica de consumo e poder, indicando a partir de uma estratégia de boicote que seu poder também deve ser levado em consideração.

Esta pesquisa se caracteriza a partir de uma abordagem qualitativa de estudo de caso a partir da movimentação dos fãs internacionais do RIIZE, para um boicote geral de conteúdos desses artistas. O objetivo deste trabalho é compreender como estratégias de boicote de consumo (CRUZ, 2013), articuladas por fandoms transculturais (CHIM & MORIMOTO, 2024), operam como formas de ativismo simbólico e econômico, com possível impacto no mercado varejista da indústria cultural musical internacional.

A investigação partirá da análise documental de postagens e declarações no Reddit, fórum online que apresentou uma quantidade considerável de discussões sobre o caso, principalmente nos perfis “r/kpoprants” e “r/riize”, comunidades direcionadas para fãs de K-pop que preferem debater sobre a indústria de forma mais argumentativa, o que muitas vezes não ocorre nas redes sociais. As postagens e comentários selecionados serão observados a partir de suas justificativas, estratégias de mobilização e afetos compartilhados (GRECO & PONTES, 2021), permitindo compreender como se constrói um senso coletivo de agência dentro da comunidade internacional de fãs.

Esta análise também se ancora em referenciais teóricos sobre empoderamento e consumo de fãs (SANDVOSS, 2013), fandoms participativos (JENKINS, 2009), economia da atenção e cancelamento simbólico dentro do K-pop (FEBRIANTI et al,

2022) e laços parassociais presentes nas dinâmicas da indústria cultural de fãs sul-coreana (TINALIGA, 2018).

Referências:

- CHIN, Bertha; MORIMOTO, Lori Hitchcock. Rumo a uma teoria do fandom transcultural. *Brazilian Creative Industries Journal*, Novo Hamburgo, v. 4, n. 1, jan./jun. 2024. Universidade Feevale.
- CRUZ, Breno de Paula Andrade. *O boicote no comportamento do consumidor*. 2013.
- FEBRIANTI, Nadhira Putri; AHMAD, Zalinah; OSMAN, Sharifuzah; ROHMAH, Ainun Nimatu. *The K-Pop Fans Perception Over a Cancel Culture Phenomenon*. 2022 Disponível em: <https://www.researchgate.net>.
- GRECO, Clarice; PONTES, Enoe Lopes. *Disputas de Sentido em Comunidades de Fãs: Amor e Ódio entre Riverdadians*. 2021. Disponível em: <https://revistafamecos.org.br>.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução: Suzana Alexandria. 2009.
- HANNY, Dunia Schabib. **K-Pop a Fantástica Fábrica de Ídolos**. 2020
- HILLS, Matt. *O Fandom como Objeto e os Objetos do Fandom. Entrevista a Clarice Greco*. *MATRIZES*, v. 9, n. 1, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100678>.
- SANDVOSS, Cornel. *Quando Estrutura e Agência se Encontram: os Fãs e o Poder*. *Ciberlegenda*, n. 28, p. 8-41, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36927>.
- TINALIGA, Brittany. “At War for Oppa and Identity”: *Competitive Performativity Among Korean-Pop Fandoms*. 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com>.