

UNIVERSIDADE PAULISTA

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação

**Parassocialidade e Cancelamento no *K-pop*:
O caso do *idol* Seunghan**

Giovana Juliatto Bordini

São Paulo, SP

2025

UNIVERSIDADE PAULISTA

Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Comunicação

**Parassocialidade e Cancelamento no *K-pop*:
O caso do *idol* Seunghan**

Giovana Juliatto Bordini

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista- UNIP, como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Clarice Greco

São Paulo, SP

2025

Bordini, Giovana Juliatto.

Parassocialidade e Cancelamento no *K-pop*: O caso do *idol*
Seunghan / Giovana Juliatto Bordini - 2026.

139 f. : il. color.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo,
2026.

Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Clarice Greco Alves.

1. Parassocialidade. 2. Cultura do cancelamento. 3. *K-pop*.
4. *Fandom*. 5. Celebidades. I. Alves, Clarice Greco (orientadora).
II. Título.

GIOVANA JULIATTO BORDINI

**PARASSOCIALIDADE E CANCELAMENTO NO *K-POP*:
O CASO DO *IDOL* SEUNGHAN**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP – como requisito parcial para obtenção do título de mestre/doutor em Comunicação.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA:

Profª. Dra. Clarice Greco
Universidade Paulista – UNIP

Profª. Dra. Adriana da Rosa Amaral
Universidade Federal Fluminense– UFF

Profª. Dra. Simone Luci Pereira
Universidade Paulista – UNIP

AGRADECIMENTOS

Os dois últimos anos, aos quais me dediquei ao mestrado, foram, sem dúvida, os mais transformadores que já havia passado. Foram dois anos nos quais me dividi entre duas casas, cidades, estados e também em duas Giovanas. Admito que era um pouco caótico estar em quase todos os lugares ao mesmo tempo, mas, sem sombra de dúvida, houve pessoas que tornaram tudo isso um pouco mais leve para mim. Agradeço imensamente aos meus pais por terem estado ao meu lado durante esse processo, mas principalmente por todos os conselhos, puxões de orelhas, abraços calorosos e por todo incentivo que vocês me dão na minha carreira e nos meus estudos. Agradeço também aos meus tios Josué e Mariana por terem me deixado, mesmo que somente por um ano, ter chamado a casa de vocês de minha casa, sou muito grata por todas as trocas que tivemos e por todo o apoio que vocês me deram. Agradeço também as minhas famílias de sangue e de consideração, por compreenderem o meu momento e estarem ao meu lado. Não posso também deixar de agradecer às minhas amigas Leticia, Liandra, Amanda, Tainá, Mariana, Milena, Mônica, Anne e Tayna por entenderem as minhas faltas e por me acolherem durante os momentos em que eu precisava. Muito obrigada por serem as irmãs que o universo me deu de presente.

Agradeço também a equipe UNIP – *Campus* Indianápolis, por todo suporte e pronto atendimento em todas as necessidades, e em especial às Professoras Clarice e Adriana por terem me orientado, cada uma em seu momento, mas principalmente, por terem acolhido a minha pesquisa. Sou também muito grata pelo incentivo financeiro que me foi concedido durante esse período.

Agradeço também minha psicóloga Márcia por, muitas vezes, abrir espaço em nossas sessões para discutirmos um pouco da minha dissertação e do meu processo durante todo o mestrado, sei que isso também fazia parte da minha análise, mas foi muito bom também compreender um pouco mais de como a minha própria cabeça vinha funcionando nesses momentos.

E para finalizar, gostaria de agradecer a duas pessoas que foram, sem dúvida, muito especiais para a minha vida, e que eu gostaria muito de poder compartilhar essa conquista com elas, mas que infelizmente hoje não estão mais entre nós. Sou profundamente grata pela influência que minha Tia Maria Luiza e minha antiga professora de português Cristiane Zocolotte tiveram, me incentivando sempre o meu gosto pela leitura e pela escrita, espero que, de alguma forma, eu tenha deixado vocês orgulhosas!

Por fim, mesmo que soe um pouco narcisista, não posso deixar de me reconhecer e por isso ser grata, pelo fato de ter seguido adiante, quando o cansaço e a dúvida se fizeram presentes, e por acreditar na importância desta pesquisa e da minha relação tão próxima com o meu objeto: A cultura pop que sempre esteve comigo durante toda a minha vida, e espero que possamos andar juntas por um bom tempo ainda.

RESUMO

Esta dissertação analisa as dinâmicas de parassocialidade e cultura do cancelamento no contexto da indústria do *K-pop*, utilizando a metodologia de estudo de caso, a partir do cancelamento do *idol* Hong Seunghan, ex-integrante do grupo RIIZE, que teve sua privacidade invadida com o vazamento de fotos suas em momentos particulares, o que causou conflitos entre suas fãs e ocasionou sua saída definitiva do grupo. O objetivo da pesquisa é compreender como relações parassociais, construídas e mediadas pela indústria do entretenimento sul-coreana e pelas plataformas digitais, podem se converter em processos de vigilância, julgamento moral e boicote simbólico por parte dos fandoms, resultando em episódios de cancelamento. Fundamentada nos aportes teóricos sobre parassocialidade (HORTON & WOHL, 1956), celebridades (FRANÇA, 2014), fandom (TINALIGA, 2018) e cultura do cancelamento (TABASNIK, 2023), a investigação adota abordagem qualitativa (COIMBRA & MARTINS, 2013), utilizando o estudo de caso (YIN, 1989), a análise de conteúdo (GRECO, 2023) e o roteiro performático (SOARES, 2015) como procedimentos metodológicos. O corpus empírico é composto por publicações com reações de fãs na plataforma X (antigo Twitter), analisadas a partir de categorias que consideram as fases do cancelamento e as disputas narrativas envolvidas no conflito. Os resultados indicam que, o cancelamento no K-pop emerge da ruptura do pacto simbólico de imaculabilidade atribuído aos ídolos, intensificado por expectativas morais, regimes de visibilidade e afetos mobilizados coletivamente. Conclui-se que tais processos produzem não apenas impactos na trajetória profissional dos artistas, mas também reconfigurações nas comunidades de fãs, marcadas por conflitos intragrupais, polarizações discursivas e renegociação de identidades no interior dos fandoms transnacionais.

Palavras-chave: Parassocialidade. Cultura do cancelamento. *K-pop*. Fandom. Celebridades.

ABSTRACT

This dissertation analyzes the dynamics of parasociality and cancel culture in the context of the *K-pop* industry, using a case study methodology based on the cancellation of idol Hong Seunghan, a former member of the group RIIZE, whose privacy was invaded when photos of him in private moments were leaked, which caused conflicts among his fans and led to his permanent departure from the group. The objective of the research is to understand how parasocial relationships, constructed and mediated by the South Korean entertainment industry and digital platforms, can be converted into processes of surveillance, moral judgment, and symbolic boycott by fandoms, resulting in episodes of cancellation. Based on theoretical contributions on parasociality (HORTON & WOHL, 1956), celebrities (FRANÇA, 2014), fandom (TINALIGA, 2018), and cancel culture (TABASNIK, 2023), the investigation adopts a qualitative approach (COIMBRA & MARTINS, 2013), using case study (YIN, 1989), content analysis (GRECO, 2023), and performative script (SOARES, 2015) as methodological procedures. The empirical corpus consists of publications with fan reactions on platform X (formerly Twitter), analyzed based on categories that consider the stages of cancellation and the narrative disputes involved in the conflict. The results indicate that cancellation in K-pop emerges from the rupture of the symbolic pact of immaculacy attributed to idols, intensified by moral expectations, regimes of visibility, and collectively mobilized affections. It can be concluded that such processes not only impact artists' professional trajectories, but also lead to reconfigurations within fan communities, marked by intragroup conflicts, discursive polarizations, and the renegotiation of identities within transnational fandoms.

Keywords: Parasociality. Cancel culture. *K-pop*. Fandom. Celebrities.

Lista de Figuras

Figura 1 – Print de tweet com tabela de preço de conteúdos privados de idols do K-pop.....	45
Figura 2 - Cronologia dos acontecimentos	69
Figura 3– Compilação das imagens de Seunghan que foram vazadas.....	71
Figura 4 – Imagem das coroas de flores	74
Figura 5 – Caminhão com telão de LED enviado pelas fãs internacionais.....	77
Figura 6 - Infográfico da quantidade das categorias de análise	84
Figura 7 – Postagem da fanpage Report.....	86
Figura 8 – Reação de fã à ausência do ídolo	87
Figura 9 – Fã apresenta retratação pública e privação de perfil envolvido nos vazamentos	87
Figura 10 – Defesa do ídolo por proximidade social.....	88
Figura 11– Afeto parassocial e alívio emocional	90
Figura 12 – Demonstração de afeto parassocial	91
Figura 13 – Compartilhamento de informações confiáveis	93
Figura 14 – Promoção de diretrizes de denúncia.....	94
Figura 15 – Contestação pública da narrativa acusatória	95
Figura 16 – Mobilização estratégica do fandom em defesa ao ídolo.....	96
Figura 18– Manifestação de apoio	98
Figura 19 – Afeto declarado no fandom digital.....	99
Figura 20 – Comparação positiva do caso com outro.....	100
Figura 21 – Expressão contrária de fã de outro grupo de K-pop.....	101
Figura 22 – Banalização do conflito e fadiga moral.....	102
Figura 23 – Satirização das normas de pureza e vigilância do ídolo	103
Figura 24 – Manifestação de apoio externo ao fandom.....	104
Figura 25 – Gestão do conflito e contenção do ruído	104
Figura 26 – Ruptura simbólica provocada pelo comunicado oficial	106
Figura 27 – Escalada emocional no contra-discurso do cancelamento.....	107
Figura 28 – Reconfiguração do cancelamento como punição institucional.....	107
Figura 29 – Antecipação simbólica da exclusão do ídolo	109
Figura 30 – Racionalização estratégica do boicote a partir dos fãs	110
Figura 31 – Institucionalização do boicote do fandom.....	111
Figura 32 – Desfecho do cancelamento e atribuição de culpa.....	112
Figura 33 – Satirização da normalização da culpa e ritual de desculpas	113
Figura 34 – Reação negativa ao desfecho institucional.....	114
Figura 35 – Reivindicação de atenção aos fãs internacionais.....	115
Figura 36 – Retaliação mercadológica à escuta seletiva	116
Figura 37 – Frustração com o enfraquecimento do boicote.....	117

Lista de Tabelas

Tabela 1- Ilustração das semelhanças entre o herói mítico com as estrelas do entretenimento	21
Tabela 2- Síntese da articulação entre Ato Narrativo e Camadas Performáticas	61
Tabela 3 - Sistema categorial da análise do cancelamento no <i>K-pop</i>	63
Tabela 4 - Sistema Sintetizado de Categorias de Análise	65
Tabela 5 - Correspondência entre Categorias de Análise e Fases do Cancelamento	80

SUMÁRIO

Introdução.....	1
1.1 Objetivos da Pesquisa.....	8
1.1.1 Objetivos específicos.....	8
Estrutura da Dissertação.....	9
Capítulo 1: A Parassocialidade que envolve os Ídolos e os Fãs do <i>K-pop</i>.....	10
1.1 A exigência da imaculabilidade: uma fábrica de ídolos perfeitos.....	13
1.2 A ilusão de proximidade entre fãs e artistas	22
Capítulo 2: Cultura do Cancelamento no <i>K-pop</i>	33
2.1 Rompimento do tácito: a revelação da humanidade do <i>Idol</i>	36
2.2 Quem Promove o Cancelamento?.....	40
2.3 Cancelamento: Entre Normas Culturais e Normas Globais	48
2.4 O Impacto de um Cancelamento em um Fandom	50
Capítulo 3: Procedimentos metodológicos para análise do cancelamento	53
3.1 Estudo de Caso	54
3.2 Análise de conteúdo.....	55
3.3 Roteiro performático.....	57
3.3.1 Aplicação dos conceitos de Performance ao K-pop	60
3.4 Sistema de Categorias de Análise	62
Capítulo 4: Análise do Caso Seunghan	67
4.1 O estudo do caso narrativo do cancelamento de Seunghan.....	68
4.1.1 A resposta dos fãs aos acontecimentos.....	73
4.2 Análise da recepção dos fãs nas redes sociais.....	78
4.2.1. Delimitação do Corpus empírico.....	78
4.2.2 Procedimentos de análise de conteúdo.....	79
4.2.3 Categorias de análise.....	80
4.2.4 Justificativa da amostra	83
4.2.5. Discussão das categorias identificadas.....	83
Considerações finais.....	119
Referências Bibliográficas	121

Introdução

As duas últimas décadas da indústria pop contemporânea vem passando por transformações fundamentais, tanto pela forma como seus produtos são planejados, quanto pela maneira em que são consumidos. Um exemplo de agente dessa transformação das relações simbólicas entre artistas (o produto) e, seus fãs (os consumidores) é o *K-Pop*, gênero musical criado na Coreia do Sul em meados da década de 1990, e que se enquadra em uma classe musical aos moldes do *Pop* ocidental (HANY,2020). Esse estilo - que não é só musical, mas também de consumo - é proveniente de uma estratégia *de soft power*¹ da Coreia do Sul, marcado, principalmente, pela sua rápida globalização, que, conforme Tinaliga² (2018), mesmo com as fronteiras nacionais, um *fandom*³ internacional de *K-pop* floresceu e atraiu a atenção mundial.

Pode-se dizer que a forma como os fãs desse gênero musical são interpelados pela relação simbólica de consumo do *K-Pop*, pode ser demonstrada por meio de um alcance que mistura o envolvimento da grande mídia e a forma como grandes grupos - como os fãs - usam a internet para propagarem seus interesses. Esse tipo de relação entre figuras públicas e seu público sofre com certas particularidades dentro do *K-pop*, que é permeado por práticas que mesclam um trabalho em consonância com empresas de entretenimento e o engajamento de seus fãs. Para autores como Jung (2011), por mais que o uso da internet para essa difusão entre fandoms não seja exclusivo aos ouvintes de *K-pop*, fica-se evidente nas maneiras pelas quais esses grupos de fãs participam dessa experiência transcultural - Optou-se pelo termo 'transcultural' (CHIN; MORIMOTO, 2024) para superar análises centradas na nação, focando-se nas afinidades afetivas que movem o fã para além de fronteiras geográficas e dos binarismos do fandom transnacional. - e consumo simbólico pelas plataformas digitais, quando eles, além de se tornarem alvos de estratégias de marketing afetivo - o *fanservice*, que combina ações de

¹ *Soft power* é a capacidade de um país de influenciar outros pela atração cultural, valores e imagem internacional, e não pela coerção militar ou econômica. Informação adaptada de: “Glossário — Soft Power”. *Relações Exteriores*. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/glossario/soft-power/#Definicao>. Acesso em: 05 out. 2025.

² Essa informação foi extraída do trabalho de pesquisa de mestrado de Brittany Tinaliga (2018). Disponível em: <https://repository.usfca.edu/capstone/768/>. Acesso em: 26 set. 2024.

³ Fandom é um termo utilizado para descrever os agrupamentos de admiradores -fãs- de algum produto midiático cultural. A palavra é a união dos termos em inglês “*fan*” e o sufixo “-dom” de “*kingdom*” -” fã” e “reino”, respectivamente traduzidos em português- que representa esse espaço de convivência entre os fãs, um “reino de fãs”. Informação adaptada de: CAMBRIDGE DICTIONARY. *Fandom*. In: Cambridge Dictionary. [s.l.], n.d. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fandom>. Acesso em: 08 nov. 2025.

interação com fãs tanto virtuais quanto presenciais - e que será melhor explicado no Capítulo 1 desta dissertação - é possível pontuar que, os fãs também se tornam reguladores da imagem desses artistas.

Neste ponto, faz-se necessário me posicionar explicitamente, não somente como pesquisadora, mas também como integrante ativa de fandoms de *K-pop*, fato que me insere, simultaneamente, na condição de observadora e participante das dinâmicas aqui analisadas. Nos Estudos de Fãs, essa dupla inserção é compreendida a partir da noção de *aca-fan*, formulada por Hills (2012), para designar pesquisadores, cujas identidades acadêmica e afetiva se tornam contíguas, combinando a prática científica ao rigor e à profundidade do conhecimento do fã.

De modo convergente, Hellekson e Busse (2006) argumentam que, a clássica dicotomia entre ser fã e pesquisador, de forma separada, perde progressivamente seu sentido, dando lugar a uma posição de sujeito múltiplo, na qual os universos acadêmicos e dos fãs são tratados como igualmente legítimos, diferenciando-se, quando muito, pela formalidade do discurso. Para Vieira e Moralejo (2025), as visões tanto do fã, quanto do acadêmico, quando unidas, se complementam e se contrapõem dentro do que se pode nomear de *aca-fan*, pois o afeto, ao mesmo tempo que torna o cientista apaixonado, passa a exigir maior rigor ético na pesquisa, se tornando também um “motor de questionamentos” sobre fenômenos da área, na intimidade com uma comunidade que possui suas características particulares.

Tanto no contexto internacional (BOOTH, 2010), quanto no cenário nacional (LOPES, *et al*, 2017), o debate acerca do pesquisador fã sustenta que fandom e academia podem, inclusive, estar alinhados de forma institucional, discursiva e cultural sem produzir tensões insolúveis, reforçando que o envolvimento afetivo do pesquisador com seu objeto não inviabiliza a análise.

Para as pesquisadoras Lopes, *et al* (2017), o *aca-fan* pode auxiliar a introduzir uma problemática epistemológica central na relação entre sujeito, objeto e conhecimento, que é capaz de produzir dinâmicas teóricas originais. Nessa perspectiva, assumir a condição de pesquisadora implicada afetivamente no universo do *K-pop*, não significa reivindicar autoridade a partir da experiência pessoal, mas reconhecer que tal inserção atravessa a formulação do problema, a escolha do objeto e a sensibilidade interpretativa frente às dinâmicas parassociais, às tensões morais e aos processos de cancelamento analisados ao longo desta dissertação.

A partir desse enquadramento, é possível compreender que a relação entre fãs e ídolos no *K-pop* se estrutura por meio de práticas de parassocialidade, vigilância e regulação simbólica que atravessam tanto a experiência afetiva dos fandoms quanto os regimes de visibilidade impostos pela indústria do entretenimento sul-coreana, nos quais a imagem pública dos artistas se torna permanentemente negociada entre mercado, plataformas e comunidades de fãs.

Essa particularidade da relação dos fãs de *K-pop* com a indústria traz para os artistas - peças fundamentais nesse cenário - algo que é explicado por Hany (2020) e Tinaliga (2018) como uma certa imposição de um regime de constante exposição pública, no qual a visibilidade, que faz parte da consolidação de suas carreiras, acaba por se contrapor com a preservação de sua própria privacidade. Por mais que essa característica de uma abdicção da privacidade já esteja dentro do contrato da fama, os ídolos de *K-pop*, da mesma forma como as celebridades em geral, são o resultado de uma construção midiática que requer que eles se projetem de forma estratégica, como figuras quase olímpicas⁴. Pensando-se nos conceitos de fama e celebridade apresentados nos estudos de França (2014), é possível apresentar a ideia de que os ídolos de *K-Pop* têm atribuições culturais e sociológicas à sua imagem pública que mesclam as características dos status célebres de “figura pública” e “celebridade”. Por mais que haja uma distinção entre as categorias, principalmente nas funções e nas expectativas sociais agregadas a cada uma delas, a figura do ídolo dentro do K-Pop, além de estarem dentro de um regime de visibilidade⁵ e influência, precisa, de certa forma, prestar contas com seu público sobre situações privadas.

A necessidade de transparência dentro da dinâmica entre os *Idols* e os fãs na indústria de entretenimento sul coreana, vem por meio de uma estratégia que se baseia na parassocialidade, conceito previamente abordado por Horton e Wohl (1956), mas que dentro de definições mais atuais como os vistos em Tinaliga (2018), seria uma proximidade unilateral e manipulada, através de vínculos emocionais, dessa projeção da imagem do artista com seus fãs por meio de

⁴ O conceito de “celebridades olímpicas” foi cunhado por Edgar Morin no livro “Cultura de Massas do Século XX” de 1962, no qual ele apresenta a ideia de que os artistas famosos, da mesma forma como os Olímpicos, são permeados por uma natureza que ao mesmo tempo é humana, também é divina, o que promove essas pessoas célebres um status social de admiração; pessoas que são cultuadas por seus talentos e atribuições físicas, tal qual os semideuses da mitologia grega.

⁵ O conceito de “Regime de visibilidade” aqui apresentado se baseia nas discussões dessa terminologia propostas por Couldry & Hepp (2017), Campanella (2023) e Webber (2009), nas quais indivíduos que buscam reconhecimento e visibilidade na sociedade contemporânea passam a viver dentro de uma regulação de seu comportamento por meio da modelagem das interações sociais, algo que permeia uma lógica foucaultiana de vigilância, a qual é operada através de uma “dominação afetiva”, que nesse caso é exercida pelos fãs de astros do K-pop.

uma identificação. Para Morin (1989) tanto essa identificação como projeção nas celebridades destacam sua dupla natureza, na qual elas atraem admiradores por suas semelhanças e diferenças, representando assim modelos ideais ou de alteridade, incumbindo-os de um papel moral e social perante a sociedade.

A indústria dos ídolos sul-coreanos é toda estruturada em práticas de interações entre artistas e fãs, de forma que esse contato quase íntimo seja uma forma de fidelizar os fãs a esses artistas, tanto por meio das redes sociais, quanto por meio de experiências presenciais. Essa lógica de fidelização pode ser uma via de mão dupla, quando se pensa que esse formato de relação entre fã-ídolo, já que por meio da parassocialidade se configura em uma lógica de vigilância desses artistas, na qual seus admiradores se encarregam de zelar por qualquer desvio, seja real ou percebido da vida deles, como polêmicas pré fama, possíveis relacionamentos amorosos e manifestações de cunho político, assuntos que podem gerar uma rápida e intensa comoção perante grupos de fãs.

Por mais que a conectividade proveniente das redes sociais permita com que esses artistas compartilhem o quanto desejam principalmente sobre suas vidas profissionais, sua presença nas redes sociais acaba sendo imprescindível para sua carreira. A possibilidade de estar em um canal de retornos rápidos e diretos de seu público-alvo, além de conquistar audiência, podendo manter ou até mesmo ampliar sua base de fãs, mas esse movimento também resultará na observação contínua de suas redes sociais (AMARAL & CAETANO, 2025).

Para Amaral & Caetano (2025), essa observação contínua aos artistas, os impõe a demonstrar uma performance e representação coerentes de si mesmos online, de forma com que estejam alinhados com o ambiente cultural ao qual pertencem, com os valores e ideologias compartilhados dentro da cena musical e dos fandoms, bem como com as expectativas dos admiradores. Pois se essas “normas” não forem seguidas, podem acontecer rupturas nessas relações entre os artistas e seus admiradores.

Para que essas problemáticas sejam de certa forma contidas, há uma especulação de que, dentro da indústria, as empresas adotem possíveis cláusulas contratuais que regulem a vida pessoal dos ídolos de *K-pop* (HANY, 2020). Nesse sentido, alguns desses artistas determinam quais informações suas serão mantidas em segredo, limitando o que é privado do que pode ser público. Porém, como apresentado por Drew (2020) a mídia coreana, especializada em

celebridades, alimenta os seus tabloides com essas polêmicas e vazamento de informações, o que, por sua vez, movimentava toda uma economia voltada para esse tipo de prática⁶.

Em seu livro, Hany (2020) explica como muitos ídolos, geralmente com menos de 30 anos, enfrentam restrições à liberdade pessoal para atender às expectativas do público e do mercado. Essa dinâmica cria um regime que força a exposição não convocada da intimidade dos ídolos, o que, de certa forma, se contrapõe ao ideal de intimidade percebida dentro dos conceitos de Karhawi (2017) quanto a figuras públicas digitais, e que, nesse caso, essa apresentação de uma intimidade exposta transforma as vidas pessoais desses artistas em espetáculo, enquanto o foco deveria ser apenas sua obra.

Essas abdições de uma vida comum são impostas aos aspirantes a *Idols* já durante seu extensivo treinamento e são validadas a partir de imposições rigorosas de uma política voltada às relações parassociais, fazendo com esse vínculo forte, que os ídolos de *K-pop* têm com seus fãs, alinhem sua identidade pessoal à sua identidade como admiradores. Para Souders (2022), esses laços imaginários entre artistas e seus fãs geram, além de lucro, propiciam uma publicidade gratuita através da base de suas torcidas, na qual a internet desempenha um papel fundamental nesse processo, servindo como principal mecanismo de marketing e difusão do *K-pop*.

Entre os aspectos que demarcam as diferenças nas relações entre *Idols* e fãs na Ásia, principalmente na Coreia do Sul, que, como mencionado anteriormente, vem através de uma prática cultural baseada na admiração extrema, cultuando a imagem da celebridade e envolvendo práticas de parassocialidade para criar a impressão de intimidade com os fãs (Hany, 2020). O conceito de relação parassocial também se faz presente nas dinâmicas de fãs ocidentais, principalmente quando estimuladas, estrategicamente, pelas indústrias, com implicações econômicas significativas. Essa dinâmica, que alia a parassocialidade a um fandom transcultural, apresenta como os fãs, embora se envolvam genuinamente nesse sistema, participam ativamente da manutenção da fama e do sucesso comercial de seus ídolos, muitas vezes sem perceber o quanto seu tempo, trabalho e afeto são convertidos em lucro (MEESE, 2021).

⁶ “How does Korean idol culture differ from western celebrity culture?”, *Quora*. Disponível em: <https://www.quora.com/unanswered/How-does-Korean-idol-culture-differ-from-western-celebrity-culture>. Acesso em: 15 jun. 2025.

Enquanto fãs asiáticos, em particular os fãs sul-coreanos, tendem a ser contra seus ídolos terem relacionamentos românticos - principalmente ligados a aspectos culturais de suas próprias expectativas -, os fãs ocidentais são, em sua maioria, abertos a essas coisas, já que estão mais acostumados a terem acesso a esse tipo de situação, já que grande parte dos artistas ocidentais, mantêm suas vidas privadas sem que sejam transformadas em secretas. Essas diferenças sugerem ideias divergentes sobre a distância, ou até mesmo a falta dela, entre a vida pessoal e as personas públicas dessas estrelas ao redor do mundo.

Em resposta a essas pressões, muitos artistas ligados à indústria do entretenimento sul-coreano, optam por suprimir aspectos, que podem se tornar problemáticos, de suas vidas pessoais, para prevenir exposições que possam danificar suas reputações ou proporcionar comentários negativos. Assim, o silêncio também é impossível à luz da comercialização da intimidade, e das repetidas invasões de privacidade.

Quando essa dinâmica passa por uma ruptura, que pode ser representada pela quebra da expectativa da imagem do “artista perfeito,” seja por meio de um vazamento de informações privadas ou por um próprio descuido do artista quanto às normas que sua persona pública infringiu - deixando a sua persona privada aparecer -, a credibilidade do artista é colocada em risco. Essa infração, dentro dos estudos de Saad (2020), acaba por ser entendida como uma disputa de poder, causando conflitos e tensões que podem ir, além do alvoroço midiático, que é comumente instaurado em seguida ao ocorrido. Os tensionamentos resultados desse acontecimento, podem acarretar ao artista o seu julgamento perante o tribunal social de seus fãs, por meio do processo do seu “Cancelamento Social”, promovendo o que Tabasnik (2023) chama de “Guerra de Informações”, contexto no qual, diferentes grupos disputarão o controle das narrativas e da percepção do público sobre determinados acontecimentos. Nessa guerra, o que está em jogo não é apenas a veracidade dos fatos, mas como esses fatos são interpretados, emocionalmente mobilizados e estrategicamente disseminados.

Para Tabasnik (2020), o universo da cultura do cancelamento possui dois personagens importantes, os cancelados, atores sociais que podem estar entre os nichos de: artistas, influenciadores, políticos ou até mesmo pessoas não famosas ou não públicas; e os “canceladores”, termo cunhado para representar a audiência desses atores que julgam as performances em constante movimento por meio de dinâmicas identitárias e de sociabilidade. Nessa dinâmica, os cancelados guiam os acontecimentos que, de acordo com a autora, podem

ser chamados de fases, dessa forma, esses momentos do cancelamento são adaptados conforme o contexto que pode se desenvolver a partir de uma situação específica.

No *K-pop*, quando a vida privada de seus artistas é invadida à força, através do vazamento de informações privadas ou rumores, essa luta pelo poder entre a imagem pública e a vida pessoal dos ídolos fica distorcida, abalando suas relações com os fãs. No momento em que esses ídolos se tornam figuras importantes em um ambiente onde a admiração e a participação dos fãs ajudam a criar e mudar suas carreiras, qualquer comportamento "inadequado", provoca ondas de desespero no pacto parassocial com o público.

Um caso que marcou a comunidade de fãs de *K-pop* nos anos de 2023 e 2024, foi o do *idol* Hong Seunghan⁷, ex-integrante do grupo RIIZE, que teve fotos privadas de sua vida antes da fama vazadas. Essa exposição, não convocada, do ídolo atrapalhou a sua estreia na indústria do *K-pop*, pois complicou sua relação com seus fãs, e o levou a deixar o grupo de vez, após forte crítica pública. O ocorrido também trouxe em perspectiva a divergência da opinião dos fãs quanto ao caso, o que possibilitou a existência de várias narrativas do acontecido. Esse episódio, além de demonstrar como a gestão da intimidade e da imagem pública são essenciais para sustentar a carreira de um artista nessa indústria, também apresentam um recorte específico dentro dos casos de cancelamento, por conta da quebra das relações parassociais entre fãs e ídolos de *K-Pop* e que será usado como o caso analisado nesta dissertação.

Dentro do mesmo contexto apresentado nesta introdução, como os termos sobre os quais as relações parassociais se formam, quero, então, por meio do estudo desse caso, analisar como essas dinâmicas afetivas ou simbólicas se tornam a fonte de boicote da carreira pública de ídolos de *K-Pop*. Quando episódios de cancelamento se tornam globais e incidentes específicos atravessam barreiras culturais e linguísticas, busca-se entender por que isso acontece e por que não se restringe a um mercado puramente doméstico na Coreia do Sul.

Este estudo também busca entender como o cancelamento de artistas do *K-Pop* moldam as comunidades de fãs, incluindo rupturas nas conexões emocionais, o surgimento de conflitos intragrupo e formações subculturais, e a renegociação de identidades entre fãs. Com esse objetivo, o caso selecionado, pretende-se examinar onde se podem encontrar padrões repetidos,

⁷ Os nomes coreanos são aqui apresentados conforme a romanização oficial. No caso de *Seunghan*, a pronúncia aproximada em português é [Sôn-rã], considerando as particularidades fonéticas do coreano.

como os elementos podem diferir, e qual peso os fãs e a imprensa de entretenimento sul-coreano dão a tais eventos.

É importante notar que, esta pesquisa não se propõe a fazer um julgamento moral do artista, da empresa de entretenimento ou dos fãs que aparecem neste. Este trabalho tem como objetivo, analisar teoricamente toda a relação sociocultural dentro do cancelamento do *K-pop* através da prática de boicote e perseguição dos fãs, e, especialmente, de onde vêm os cancelamentos, os contextos em que são realizados, bem como o que significam. Essa análise será feita por meio de uma pesquisa qualitativa, exploratória e interpretativa, que combina as metodologias de estudo de caso narrativo (COIMBRA & MARTINS, 2013; YIN, 1989; BRESSAN, 2000; VENTURA 2007), com análise de conteúdo via roteiro performático (BARDIN, 1977; GRECO, 2023; SOARES, 2015; TAYLOR, 2003), na qual o corpus será composto de um compilado de reações de fãs do grupo RIIZE no X (Twitter) sobre o cancelamento de Seunghan seguindo os momentos que ocorrem ao longo do conflito, e que foram analisadas dentro de categorias dentro dos conceitos de parassocialidade, moralização e fandom.

Objetivos da Pesquisa

A pesquisa tem como objetivo geral refletir sobre as dinâmicas de cancelamento de ídolos do *K-pop* no contexto de relações parassociais, gestão de intimidade e visibilidade, atuação de fãs e mídia, analisadas por meio do caso do cantor Seunghan (ex-RIIZE). A proposta é de analisar como relações parassociais e a gestão da intimidade/imagem pública entre ídolos e fandoms do *K-pop* se convertem em boicotes/cancelamentos, e como isso repercute nas comunidades de fãs em escala transcultural.

Objetivos específicos

1. Identificar gatilhos⁸ recorrentes de cancelamento (ex.: relacionamentos, vazamentos, “comportamentos inadequados”) e sua articulação com expectativas dos fãs e normas da indústria.
2. Examinar por que certos episódios atravessam fronteiras culturais/linguísticas e tornam-se globais (fandom transcultural).

⁸ O termo gatilho se refere a um elemento ou ação que pode desencadear um processo ou reação, como um gatilho emocional.

3. Descrever efeitos do cancelamento nas comunidades de fãs (rupturas afetivas, conflitos intragrupo, formações subculturais, renegociação de identidades).

Estrutura da Dissertação

Esta pesquisa e seus resultados estão organizados em quatro capítulos. No capítulo 1, foram apresentadas breves definições e descrições sobre o fenômeno do *K-pop*, com base em autores como Auh (2025) e Hany (2020). O primeiro capítulo também reuniu perspectivas teóricas sobre parassocialidade, celebridades e fandom, a partir das contribuições de Sibilia (2008), Horton e Wohl (1956) e França (2014). O Capítulo 2 apresentou discussões teóricas sobre a cultura do cancelamento, à luz das contribuições de autores como Fernandes (2017), Chiou (2020), Tabasnik (2023) e Tinaliga (2018).

No Capítulo 3, foi descrito o percurso metodológico adotado pela pesquisa, fundamentado na abordagem qualitativa, no estudo de caso, na análise de conteúdo (BARDIN, 1977; GRECO, 2023) e no roteiro performático (SOARES, 2015). Neste capítulo, são destacados, principalmente, Bressan (2000), Ventura (2007), Bardin (1977), Franco (2008), Sampaio e Lycarião (2021), Greco (2023), Diana Taylor (2003) e Soares (2015), cujas obras fundamentaram a delimitação do corpus, os métodos de coleta e análise dos dados, assim como a elaboração do sistema de categorias analíticas utilizado no caso do cancelamento do ídolo Seunghan, membro do grupo RIIZE.

O Capítulo 4 dedicou-se à análise empírica das reações dos fãs ao cancelamento de Seunghan nas redes sociais, com ênfase na plataforma X. A análise foi estruturada conforme as fases do cancelamento (antes, durante e após o conflito) e organizada com base nas categorias analíticas definidas pela metodologia, em interação com os referenciais avaliados por Taylor (2003), Soares (2015), Greco (2023) e nas investigações sobre parassocialidade, moralização e as dinâmicas de fandom. Buscou-se compreender as mobilizações digitais, as guerras entre fãs, os julgamentos morais, as sanções simbólicas, as contra-narrativas defensivas e os efeitos simbólicos resultantes do caso analisado.

Capítulo 1: A Parassocialidade que envolve os Ídolos e os Fãs do *K-pop*

A parassocialidade, segundo Horton e Wohl (1956), consiste em uma interação afetiva unilateral em que o público tem sentimentos de proximidade, intimidade e familiaridade com personagens ou figuras da mídia, mas sem uma troca real. Essa noção ganhou destaque recentemente, sendo eleita a palavra do ano de 2025 pelo Dicionário de Cambridge, em virtude de sua presença constante em discussões sobre a cultura dos fãs e as interações mediadas por plataformas digitais ⁹. No contexto da indústria *K-pop*, esse tipo de laço é continuamente explorado dentro de um modelo de organização que define e disciplina a interação entre os fãs e os artistas, conectando uma intimidade estrategicamente elaborada a interesses econômicos e comunicacionais. Esse sistema produz uma intrincada coreografia socioeconômica que tenta equilibrar os vínculos afetivos estabelecidos entre fãs e artistas, por meio de um sistema que articula uma intimidade construída, na qual a exposição cotidiana e afetiva dos ídolos é estimulada, de modo a atender ao desejo de proximidade do público, ao mesmo tempo em que borra as fronteiras entre o real e o simbólico. Conforme aponta Sibilía (2008), essa lógica de intimidade desejada, ainda que não plenamente convocada, intensifica a percepção de acesso ao sujeito público, tornando, tais vínculos, particularmente suscetíveis a disputas de sentido e a convocações externas que podem tensionar e reconfigurar a relação parassocial estabelecida.

A dinâmica fã-artista sempre se encontrou em um regime de certa visibilidade com uma distinção clara entre o público (social) e o privado (íntimo), porém, quando se parte do princípio de que exista um vínculo forte e unilateral nessa dinâmica, os fãs sentem que têm direito à vida privada dos ídolos. Essa relação do admirador com o seu ídolo, ou ídolos, parte de uma idealização sobre um outro ser humano, mas que se dá por meio de construção cultural e imagética que combina a aparência física, os papéis interpretados e a persona pública promovida pelos meios de comunicação (MORIN, 1989).

Para entender sobre as relações parassociais dentro do *K-Pop* e sobre sua cultura de fãs, é necessário compreender também a formação dos artistas dessa indústria, e como antes mesmo de se tornarem famosos de fato, já precisam fazer certas abdições de suas vidas no anonimato,

⁹ “Parassocial” é eleita palavra do ano de 2025 pelo Dicionário de Cambridge: entenda o que significa. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 2025. Disponível em: https://www.estadao.com.br/link/cultura-digital/parassocial-e-eleita-palavra-do-ano-de-2025-pelo-dicionario-de-cambridge-entenda-o-que-significa-nprei/?srsltid=AfmBOoqcuy5tckf_WSvfcXyCwf_w9N1Dff2764apB-ZCK-FZGtAd2Za Acesso em: 10 dez. 2025.

para se posicionarem sob os holofotes de sua nova vida. A construção da imagem de um ídolo de *K-Pop* pode ser exemplificada através da capitalização de uma constante exposição de si próprio, se tornando assim objeto de observação constante, em um cenário em que a visibilidade emocional é uma moeda simbólica. O ídolo, portanto, não é considerado apenas uma figura midiática, mas um objeto simbólico que se baseia em expectativas e valores socioculturais que, segundo Auh (2025), provêm do confucionismo¹⁰, como perfeição, autocontrole, disciplina e dedicação total aos seus atributos profissionais, mas também em sua moral pessoal.

Essa combinação entre os valores pregados nas indústrias do entretenimento sul-coreano com aspectos adaptados da moral Confucionista ajuda a criar e moldar artistas que hibridizam os conceitos de “celebridade” e “figura pública” em um estágio mais elevado de famoso, que é impulsionado pela mídia (AUH, 2025). Não é à toa que no universo do *K-Pop* seus artistas são chamados de “*Idols*”, já que são obrigados a seguir padrões altíssimos de comportamento, pois de certa forma têm uma noção de que se tornaram modelos a serem seguidos na sociedade da Coreia do Sul (HANY, 2020).

Dentro dessa estrutura de celebridade na indústria sul-coreana, Iwicka (2014) explica que qualquer pessoa que atinge projeção pública, passa a pertencer ao espaço público, algo que no caso dos ídolos se intensifica ao notar que esses artistas passam por um processo extensivo de treinamento e aperfeiçoamento para se tornarem produtos, que serão administrados tanto pela própria empresa que os criou, quanto seus fãs.

Seja por meio de uma projeção muito bem elaborada - seja da empresa que os agencia, como pela mídia especializada sul-coreana, ou pelas redes sociais com uma constante elaboração de conteúdo para tal, os “*Idols*” forjam um pacto simbólico que serve para sustentar essa performance de uma versão idealizada de si, que será usada de modelo por seus fãs. Porém, Hany (2020) apresenta a ideia de que a manutenção dessa imagem perfeita, com status de quase divindade, é bastante frágil, já que, por trás dessa máscara de perfeição, existe um ser humano, que na vida fora dos holofotes é uma pessoa real com vontades reais.

¹⁰ O confucionismo representa uma tradição filosófica e ética criada por Confúcio na China, que visa incentivar a harmonia social e a moralidade humana através de valores como o respeito às tradições, a educação e as virtudes. Os confucionistas da Coreia empregaram conceitos dessa filosofia, em especial os que incentivaram a hierarquia e a liderança moral, para consolidar uma robusta burocracia estatal, com o propósito de oferecer à sociedade um modo de vida rigidamente estruturado e organizado. Informação adaptada de: CAWLEY, Kevin N. *Korean Confucianism*. In: Stanford Encyclopedia of Philosophy, 24 nov. 2021. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/korean-confucianism/>. Acesso em: 7 nov. 2025.

Quando há uma quebra dessa expectativa do idealizado para o real, algo que para Morin (1989) pode se apresentar como o rompimento do contrato de imaculabilidade daquele artista, fato que acontece a partir do momento em que o fã o enxerga como humana, e não mais como uma divindade. Essa transição da imagem planejada milimetricamente para a pessoa da realidade geralmente ocorre através de escândalos amorosos, conduta inadequada ou erros morais que podem prejudicar a imagem pública do ídolo, algo que Greco e Pontes (2020) apontam como uma situação que pode abalar o código moral que une sua comunidade de fãs. Com isso, pode-se dizer que a relação parassocial, antes fomentada pela admiração, pode, rapidamente, se transformar em desapontamento, censura e, nos piores casos, em um período de cancelamento para aquele personagem¹¹.

Após essa breve apresentação sobre os conceitos que este capítulo propõe a aprofundar, como compreensão das relações parassociais no contexto do *K-pop*, faz-se necessário que sejam examinados, não apenas os dispositivos que mantêm essas práticas do regime de visibilidade e a parassocialidade, mas também os efeitos subjetivos, culturais e econômicos que delas decorrem, como o cancelamento dessas figuras célebres. Com isso em mente, este capítulo se divide em três seções que discutirão: Seção 1.1, "A exigência da imaculabilidade: uma fábrica de ídolos perfeitos", analisará como o *K-pop* opera: não apenas a trajetória de seus ídolos é governada pela lógica da perfeição, autodisciplina e comportamento impecável, mas também o que os fãs esperam que os tornem símbolos para gerações futuras e objetos de alguma necessidade estética; A Seção 1.2, "A ilusão de proximidade entre fãs e artistas", observará os dispositivos midiáticos e institucionais que ajudam os fãs a sentir que estão vivendo um relacionamento de proximidade com seus ídolos, e também, como a indústria organiza uma proximidade emocional artificial entre si e seu público. Já a Seção 1.3, "Rompimento do tácito: a revelação da humanidade do *Idol*" discutirá como os efeitos psicológicos e emocionais ocorrem quando este acordo sobre perfeição é destruído, e explora como esses eventos ocorrem dentro dos fandoms ou comunidades de fãs.

¹¹ *Why is Korea so quick to cancel its stars? Seo Ye-ji was quickly dropped from advertisements and K-drama Island after scandals – but Hollywood stars often survive far greater backlash*, **South China Morning Post**, Hong Kong, 2021. Disponível em: <https://www.scmp.com/magazines/style/celebrity/article/3130837/why-korea-so-quick-cancel-its-stars-seo-ye-ji-was-quickly>. Acesso em: 13 jun. 2025.

1.1 A exigência da imaculabilidade: uma fábrica de ídolos perfeitos

Embora as raízes do *K-pop* sejam asiáticas e com claras influências do J-Pop, Drew (2020), afirma que, por trás desses processos, existe uma indústria de entretenimento que se inspira em modelos ocidentais, ao mesmo tempo em que apresenta características próprias que a distinguem em termos de organização, controle e relação com o público. Diante disso, este subcapítulo tem como objetivo, apresentar mais sobre uma dessas particularidades que define o *K-Pop*, que é a cultura *Idol*.

Antes de apresentar o conceito pelo qual os artistas musicais sul-coreanos vivem dentro da indústria, é necessário explicar sobre a nomenclatura “*Idol*”, que é usada como um selo de qualidade e diferencial em cima desses artistas. O termo ídolo tem origens tanto no latim - *idolum* -, quanto do grego - *eidolon* -, ambos se referem a uma estátua ou imagem que é adorada e cultuada. A palavra também carrega uma conotação religiosa, ligada a algo sagrado, e sua aplicação se expandiu culturalmente para designar figuras amplamente admiradas na cultura popular. Atualmente, nos dicionários, o termo também carrega o seguinte significado: “Celebridade por quem se tem grande admiração ou a quem se ama apaixonadamente: ele é o ídolo da juventude.”¹²

A partir dessa definição, é possível entender como o status de *Idol* pode se caracterizar dentro dos ideais de fama propostos por França (2014), que indicam que as celebridades detêm uma legitimidade simbólica que não advém de uma função pública ou da dedicação ao bem comum, mas sim da visibilidade proporcionada pelos meios de comunicação, da construção narrativa da fama e da habilidade de gerar reconhecimento afetivo e social. Algo que a autora aponta como o contrário do que se espera das figuras públicas, já que as celebridades constroem sua identidade por meio da exposição, do carisma nas relações e da disseminação de imagens e discursos, funcionando em uma lógica ambivalente de identificação e projeção. Nesse sentido, o conceito de celebridade envolve visibilidade, desempenho e valor simbólico, espelhando os valores culturais, sociais e éticos de sua época. Neste caso, apenas os status de “celebridade” e “figura pública” serão contemplados, já que se encaixam em uma categoria simbólica que contém traços socioculturais além de seus conceitos. Embora estas categorias sejam diferenciadas - mesmo se apenas com referência às suas respectivas funções e expectativas sociais -, os ídolos residem em um regime

¹² DICIO. *Dicionário online de português – origem da palavra “ídolo”*. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/ídolo/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

tanto de visibilidade quanto de influência, que inclui não apenas a performance artística, mas também algum grau de responsabilidade pública. Sociologicamente, uma celebridade é vista como um campo de processos sociais, culturais e midiáticos que cristalizam acentuadamente as dinâmicas simbólicas de seu tempo. Agentes como a mídia acabam por desempenhar um papel de formação central nesse conceito, ao construir e manter toda essa visibilidade (FRANÇA, 2014).

A distinção entre figura pública e celebridade, destacada por França (2014), tem um impacto significativo em como as pessoas consomem e nos valores culturais que ajudam a contribuir para essas dinâmicas sociais. Enquanto figuras públicas estão ligadas ao bem comum e à responsabilidade social, as celebridades são definidas em termos de sua fama. Em latim, fama, significa 'o que as pessoas dizem'; assim elas geram mais atenção pública e circulam pela mídia, sem que cada organização de mídia precise usar seus recursos para gerar notícias ou informações críticas sobre elas, pois o público também terá seus próprios meios para acompanhá-las.

A cultura da celebridade, como a apresentada a partir das abordagens das Teorias Críticas de Adorno e Horkheimer (1947) e de Morin (1989), mostram como esses atores culturais se tornam entidades invariáveis por meio de performances que são tangíveis ao público, o que dá a esse ídolo um ar de carisma, já que ser um famoso carismático é, segundo Geertz (apud FRANÇA, 2014), não algo que existe por si só, mas uma manobra baseada em relações, que é produzido, artificialmente, por meio de relações sociais, mediadas por centros de poder simbólico - como a mídia e a cultura. As celebridades não emergem naturalmente como tal, são socialmente fabricadas através dos instrumentos de visibilidade e reconhecimento.

Embora a celebridade também deva ser concebida como o reflexo da mercantilização dos sujeitos, contribuindo para a alienação e para a substituição das autoridades tradicionais, pelos personagens midiáticos, como apontado por Adorno e Horkheimer (1947), faz com que elas operem como engrenagem de um sistema que padroniza comportamentos, desejos e modos de identificação. De forma complementar, Morin (1989) propõe uma leitura que reconhece a mercantilização da imagem, de forma inerente à cultura de massas, enfatizando a dimensão simbólica e imaginária das celebridades, que funcionam como mitos modernos, capazes de suscitar projeção e identificação por parte do público. Simultaneamente, outras perspectivas, como as propostas por Rojek (2001), reconhecem na celebridade um significado simbólico, que pode produzir prazer estético, identificação pessoal e significado coletivo para a audiência.

É nesse sentido que Morin (1989) enfatiza a “dupla natureza” das estrelas, como próximas e inatingíveis, como humanas e idealizadas. É essa ambivalência entre vulnerabilidade e perfeição que as tornam tão interessantes: o fato da identificação pública vem da fragilidade que percebem nos ídolos, o ato de projeção vem da aura de idealização que emana deles. Essa tensão entre identificação e distância simbólica impulsiona a lógica do fascínio pela celebridade.

Por mais que sua obra “As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema” de Morin faça referência às carreiras dos astros do cinema das décadas de ouro de Hollywood, entre os anos de 1930 e 1950, as pontuações sobre essas estrelas ainda são bastante similares à forma como as celebridades da atualidade são percebidas. Essa semelhança fica ainda mais evidente quando a identificação entre admiradores e seus admirados passa a exercer um papel moral e social, algo que possibilita essas figuras célebres a ocuparem espaços que antes eram direcionados a pessoas da realeza, viabilizando aos artistas não somente sua presença em ocasiões privadas e luxuosas, mas que tornam possível sua frequência no imaginário público (MORIN, 1989).

Dentro do universo do *K-Pop* é possível visualizar como todas essas dinâmicas de celebração fazem parte não só da essência dos *Idols*, mas como também são utilizadas em táticas de treinamento para especializar os aspirantes a artistas. O sistema que rege a Cultura *Idol* na Coreia do Sul é fruto de mais de 20 anos de construção de um treinamento que engloba todas as técnicas necessárias para tornar-se um aspirante à artista em um talentoso ídolo de *K-Pop*. Hany (2020) explica que para se tornar um ídolo, o candidato a essa vaga deve, primeiramente, possuir alguma característica ou habilidade que a agência de entretenimento que está fazendo os testes procura. O processo de criação de ídolos é um treinamento bastante rigoroso, dividido em aprimoramento físico - em áreas como canto, dança, rap, atuação, idiomas, instrumentos e expressão corporal -, além de serem treinados para agir de maneira educada com a, altamente respeitada, publicidade e com a indústria. Para Hany (2020), o que distingue o *K-pop* da música pop ocidental é o rigoroso processo pelo qual cada aspirante a celebridade deve passar:

Baseada na cultura *Idol* japonesa, a Coreia do Sul construiu um sistema para transformar aspirantes a ídolos em ídolos de fato. Antes de realizarem sua estreia, os jovens são trainees, isto é, estagiários das agências de entretenimento, e passam por um intenso processo de treinamento, que pode durar de dois a dez anos; entretanto, sem garantias de que vão construir uma carreira. As crianças e adolescentes escalados pelas empresas passam a maior parte do seu dia estudando canto, dança, rap, atuação, idiomas, instrumentos e desenvoltura dentro e fora dos palcos. Esse treinamento em vários aspectos de desempenho é a principal característica da formação de ídolos do pop sul-coreano, diferente dos ídolos japoneses, que treinam depois do seu debut em um grupo. (HANY, 2020, p. 96).

Inspirado na estrutura de ídolos japoneses, o sistema sul-coreano forma jovens aspirantes em suas academias de treinamento, que, nesse processo, são chamados de *trainees*, já que passam em média de dois a dez anos em momentos de preparação árdua, sem uma promessa concreta de estreia ou sucesso. Durante esse tempo, as agências controlam todos os aspectos públicos dos trabalhos dos artistas, como aparência, comportamento e promoção, formando um modelo de celebridade que é diferente da lógica ocidental de se tornar um artista e exige dos ídolos não apenas talento, mas também uma performance perfeita o tempo todo (HANY, 2020).

Sem contar que é neste momento em que são firmados certos contratos entre os trainees e suas agências. De acordo com Bhutia e Narvey (2024), grande parte desses jovens que decidem seguir suas carreiras no *K-Pop* começam seu treinamento enquanto ainda estão na escola, sem uma idade mínima estipulada para que essas práticas se iniciem, porém muitos entram nessa rotina na pré-adolescência - em média há muitos casos de artistas que começam seus treinamentos aos 10 anos de idade -, não ultrapassando os 18 anos de idade. Existem especulações em fóruns online, como o Reddit, que atribuem ao início dessas carreiras precoces, mudanças significativas nas formações pessoais desses artistas, já que a maioria desses aspirantes sai de casa para priorizar seu treinamento nesse período.¹³

Como uma forma de controlar essas questões dentro dos meios legais, as empresas que acolhem esses jovens precisam seguir à risca as leis trabalhistas sul-coreanas para menores. Por mais que esses artistas iniciam seus treinamentos na pré-adolescência, a Lei de Normas Trabalhistas (LSA) e as Diretrizes para o Emprego de Menores, associadas ao Ministério do Trabalho e Emprego da Coreia do Sul, determina uma idade mínima de quinze anos para a realização de atividades laborais e impõem restrições severas à carga horária dos trabalhadores com menos de dezoito anos. Para Yip (2025), a implementação dessas normas demonstra que há um reconhecimento das vulnerabilidades específicas que os jovens artistas passam na indústria do entretenimento da Coreia do Sul, que introduziu regulamentações adicionais para o setor:

De maneira específica, indivíduos menores de idade estão proibidos de realizar atividades laborais por mais de sete horas diárias ou trinta e cinco horas semanais, sendo permitidas horas adicionais somente em situações excepcionais e com a anuência de um responsável legal, bem como do Ministério do Trabalho e Emprego. O trabalho noturno, definido como o trabalho entre 22h e 6h, é geralmente proibido para menores, e a lei exige períodos adequados de descanso e pausas para refeições. A LSA também proíbe o trabalho de

¹³ THE APPEAL OF BEING AN *IDOL* TO TRAINEES. *Reddit*, r/kpopthoughts. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpopthoughts/comments/1hpvob0/the_appeal_of_being_an_idol_to_trainees/. Acesso em: 26 mar. 2025.

menores em condições perigosas ou prejudiciais e exige que seu trabalho não interfira em sua educação ou bem-estar geral. (YIP, 2025, p 156)

Outro ponto que também é levantado por Yip é que as normas fazem com que as empresas exijam de seus trainees que eles continuem com seus estudos enquanto estão no processo de treinamento para se tornarem *Idols*.¹⁴ Para reforçar ainda mais a busca por uma legislação que possa proteger esses artistas mirins, a Coreia do Sul introduziu regulamentações adicionais para o setor por meio da Lei de Desenvolvimento da Indústria da Cultura Popular e das Artes (PCAIDA) e da reforma da legislação contratual pela Comissão de Comércio Justo (FTC). De acordo com Yip (2025), além de promoverem melhorias, essas regulamentações complementam a LSA ao abordar, explicitamente, as condições de trabalho dos jovens ídolos.

Enquanto a PCAIDA limita a jornada de trabalho de artistas menores de idade a trinta e cinco horas semanais, exigindo apoio educacional e de saúde mental, obrigando as empresas a garantir um ambiente seguro e saudável para os menores, a FTC visa padronizar os contratos de trabalhos desses *trainees*, os protegendo de acordos unilaterais de longo prazo que vinculavam ídolos a agências a mais de treze anos ou mais de trabalho na mesma agência, os chamados “contratos de escravidão”, que indignavam fãs mundo a fora. Para Yip, essas medidas foram implementadas para não colocar em risco a saúde física ou psicológica de jovens aprendizes.

Cada empresa lida com essa etapa de maneiras diferentes, pois enquanto algumas mantêm a identidade de seus trainees em sigilo até sua estréia, outras montam *reality shows* que mostram ao público, de forma televisionada, cada etapa desse processo, já expondo estes candidatos à sociedade.¹⁵

Além dos extensos e exaustivos treinamentos, as empresas também providenciam os cuidados básicos para esses jovens, o principal é o alojamento, garantindo que eles tenham um lugar seguro para ficar, enquanto estão nesse processo inicial, e que também pode ser a residência que eles poderão continuar a usar, mesmo depois de terem tido sua estreia na indústria.¹⁶

¹⁴ Have you ever wondered how do *idols* balance their personal life with their career? *Reddit r/kpophthoughts*, 2020. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophthoughts/comments/igg2ce/have_you_ever_wondered_how_do_idols_balance_their/. Acesso em: 26. mar. 2025.

¹⁵ Do you prefer when company showing their trainees far from debut or keep it secret until debut? *Reddit, r/kpophthoughts*, 2022. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophthoughts/comments/t42uge/do_you_prefer_when_company_showing_their_trainees/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 26 mar. 2025.

¹⁶ Where do K-pop trainees live? *r/kpophhelp*, 2023. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophhelp/comments/15qz4e8/where_do_kpop_trainees_live/. Acesso em: 26 mar. 2025.

Acredita-se que esse processo de treino seja feito de forma gratuita aos trainees escolhidos, com a ideia de que a agência que está custeando todas as despesas daquele jovem, que vão desde cuidados médicos pontuais ou procedimentos estéticos, como os cuidados básicos que foram citados acima. Todos os fundos utilizados para estrear aquele trainee na indústria, serão recuperados por meio dos ganhos futuros do ídolo após o debut.¹⁷ Em sites e fóruns que falam sobre os processos de entrada no mundo *Idol*, são colocados certos avisos para que esses aspirantes a artistas tenham cautela na hora de escolher a empresa que vai agenciá-los, pois algumas empresas fraudulentas podem pedir dinheiro aos trainees, enquanto as legítimas não exigem pagamento pelo treinamento. O contrato de trainee deve especificar claramente os termos e condições financeiras, garantindo transparência e justiça para ambas as partes envolvidas, outro ponto que esses fóruns também ressaltam, é o de ser feito com cautela, para que esse contrato seja benéfico para ambos os lados.¹⁸

Nesse processo existem também certas regras impostas pelas companhias que devem ser obedecidas pelos artistas, assim os moldando ainda mais para serem o ídolo perfeito. Essas regras muitas vezes contêm proibições que devem ser respeitadas pelos trainees, para que seu treinamento ocorra sem distrações ou problemas. Cada companhia adota suas imposições de forma que elas possam não só evitar com que situações indesejadas aconteçam, mas para manter uma certa ordem, ainda mais que os funcionários dessas empresas estão lidando com adolescentes.

Há uma especulação de que, muitas dessas proibições por contrato, sejam específicas para cada empresa e para cada contrato que os jovens artistas terão que se sujeitar a cumprir, já que esse tópico só chega aos fãs se é comentado pelos ídolos. Para que certas problemáticas sejam, de certa forma, contidas, as empresas adotam possíveis cláusulas contratuais que regulam a vida pessoal dos ídolos de *K-pop*. Em Hany (2020), a autora apresenta o conceito do “*dating ban*” que seria uma restrição de namoros e encontros amoroso, tanto entre famosos ou com anônimos e afirma que:

“Caso o ídolo desobedeça, está sujeito a punições, como desligamento temporário ou definitivo do grupo ou agência. As cláusulas de cada contrato variam de empresa para empresa e algumas mais flexíveis proíbem relacionamentos somente nos primeiros anos de carreira.” (HANY, 2020, p. 88)

¹⁷ FASHION CHINGU. *How to become a K-pop trainee idol*. Disponível em: <https://www.fashionchingu.com/blog/how-to-become-a-kpop-trainee-idol/>. Acesso em: 1 mar. 2025.

¹⁸ K-POP: The Hallyu Phenomenon. *Pre-Debut Process*. Disponível em: <https://kpopanddigitalmedia.wordpress.com/pre-debut-process/>. Acesso em: 1 mar. 2025.

O cumprimento dessas regras normativas, nos primeiros anos de carreira desse *Idols* em construção, são vistos como essenciais, já que também há uma especulação de que a cada resultado durante os anos de atividade do artista, mais liberdade quanto a essas imposições ele pode conquistar. O *dating ban*, como citado acima, pode ser imposto apenas durante os três primeiros anos de contrato com a empresa (HANY, 2020). Outras práticas de controle também são aplicadas, como toque de recolher e dietas expressivas.

Por meio deste investimento, que para Hany (2020) se apresenta como algo rigorosamente estruturado, emergem artistas que trabalham com disciplina em vários aspectos do entretenimento, não apenas se tornando especialistas ou performers nesses domínios, mas, significativamente, atuam como seres de alta qualidade que o produto cultural sul-coreano pretende ser tanto para agentes externos quanto locais. O artista, além disso, não é, neste caso, apenas um artista, mas um símbolo carismático, cujo ser inteiro foi cuidadosamente moldado para encantar e hipnotizar o público, servindo como um ideal de conduta e aparência.

Essa estrutura é chamada por Iwicka (2014) de “triângulo agência – *idol* – fãs”, pois esse extensivo processo de ser moldado e gerenciado por uma empresa para se tornar propriedade dela e também de seus fãs - de forma simultânea - faz com que o *idol* perca totalmente a sua noção de individualidade, se tornando mais um produto em uma linha de produção em alta escala.

Essas regras de conduta e convivência são aplicadas a todos os trainees de uma agência sem distinção, sejam homens ou mulheres, artistas solos ou integrantes de um grupo. Porém, a dinâmica dos grupos também se estrutura dentro de uma hierarquia que se baseia tanto de forma etária, quanto por habilidades desses jovens (HANY, 2020). Quando colocados em grupos, cada artista é atribuído a um papel, por exemplo a função de líder, na maioria das vezes, recai sobre o integrante mais velho daquele grupo ou para o membro que possui certa experiência na indústria, para guiar o restante dos integrantes. As outras divisões se baseiam nas habilidades físicas de cada um e seus visuais, tendo assim as categorias de *Main rapper* (rapper principal), *Main vocal* (vocalista principal), *Main dancer/ performer* (dançarino principal) e *Main visual* (o integrante mais bonito do grupo), essas categorias também são subdivididas quando se tem um grupo com um número grande de integrantes.¹⁹

¹⁹ FASHION CHINGU. *How to become a K-pop trainee idol*. Disponível em: <https://www.fashionchingu.com/blog/how-to-become-a-kpop-trainee-idol/>. Acesso em: 1 mar. 2025.

Em última análise, não é que alguém busque ativamente esse tipo de "sucesso", mas sim que se torne objeto de atenção desfavorável pela imprensa, se não se encaixar nos padrões esperados (ROJEK, 2001). A circulação pela mídia, nesse caso, atua como um mecanismo de reconhecimento público, ainda que essa visibilidade possa ser proveniente de eventos espontâneos ou não planejados. Quando a validação social se conecta fortemente à exposição pública, ela não deve ser encarada como uma fonte de vergonha ou estigmatização, mas sim ao contrário, sendo exibida como uma chance de chamar a atenção e colher benefícios simbólicos e materiais ligados à notoriedade.

Nesse contexto, a circulação midiática não impacta apenas como um veículo de disseminação da visibilidade, mas como um instrumento de reconhecimento simbólico, capaz de converter indivíduos comuns em personalidades socialmente notáveis. De acordo com Rojek (2001), a exposição ao público, ainda que proveniente de situações inesperadas ou negativas, costuma ser transformada em capital simbólico em sociedades que valorizam a lógica da notoriedade. Tal dinâmica se intensifica na cultura popular, na qual ídolos e celebridades assumem valores, expectativas e desejos coletivos, servindo como referenciais simbólicos para admiradores e instituições (FRANÇA, 2014). A mídia, por sua parte, exerce a função de instância mediadora entre o cotidiano e o excepcional, assumindo um papel fundamental nos processos de consagração e legitimação simbólica, de acordo com o modelo de mediações culturais apresentado por Heinich (2012) que indica que reconhecimento de uma celebridade não seria apenas um atributo do objeto ou da pessoa, mas o resultado de um processo coletivo de mediação social.

Pensando em uma narrativa que propagasse ainda mais a estabelecer esse lugar no qual se posicionam as estrelas, o capítulo “O Caso de James Dean” de Morin em seu livro apresenta uma narrativa que coloca o astro com a identidade de um herói mítico que passa por provações e momentos decisivos durante todo o seu período de estrelato. Para conceituar e possibilitar uma visão ainda mais aprofundada dessa semelhança, foi criada uma tabela para ilustrar as convergências entre as “Estrelas” de Morin com os astros do *K-pop*.

Tabela 1- Ilustração das semelhanças entre o herói mítico com as estrelas do entretenimento

A jornada do herói mítico de Edgar Morin	A jornada de James Dean por Edgar Morin	A jornada do ídolo de <i>K-pop</i>
O herói mítico é sempre “roubado” de seus pais ou em algum momento eles se separarão.	O ator ficou órfão jovem e foi criado por um tio.	O aspirante a ídolo do <i>K-pop</i> ao engatar em seu treinamento sai de casa muito jovem, normalmente durante sua adolescência.
O herói mitológico precisa ir atrás do seu próprio destino em uma luta contra o mundo.	James Dean largou a faculdade, começou a trabalhar em serviços comuns de sua época, até que finalmente conseguiu ascender ao seu estrelato artístico.	O aspirante a artista agora precisa começar o seu longo treinamento dentro da indústria sul-coreana, esperando o dia em que finalmente vai conseguir ter sua estréia como artista.
O herói olimpiano realiza muitos trabalhos nos quais prova suas aptidões e também expressa sua aspiração por uma vida mais rica e completa possível.	Além de ter em seu currículo pré-fama uma gama de trabalhos manuais, James Dean também tinha um histórico prévio com a arte, algo que foi essencial para a sua entrada no mundo da fama.	O ídolo além de possuir algum talento prévio com as artes, vai precisar desenvolver mais habilidades para se tornar alguém famoso, complementando ainda mais a sua expertise.
O herói mitológico aspira ao absoluto, mas não consegue alcançá-lo no amor de um parceiro.	O ator teve uma vida amorosa explicitamente pública e complicada, tendo muita dificuldade de manter relacionamentos.	O <i>idol</i> precisa manter discrição quanto a sua vida privada, pois a forma como ele é apresentado para seus fãs pode provavelmente dificultar seus relacionamentos.
O herói mitológico confronta cada vez mais intensamente o mundo que deseja conquistar em sua totalidade.	Para suprir essas dificuldades, James Dean tornou-se cada vez obcecado pela adrenalina da velocidade, fazendo da corrida de carros - <i>hobby</i> perigoso na época- sua válvula de escape	O artista do <i>K-pop</i> - por conta da pressão social e cultural - passa a se envolver mais com o trabalho de forma pública, e a evitar aparecer de forma controversa em seus momentos privados temendo que algo possa vir a passar pelo julgamento do público.
O herói mitológico encontra a	James Dean teve uma morte	Existem alguns casos de ídolos

<p>morte em sua busca pelo absoluto. Sua morte significa que ele foi derrotado pelas forças hostis do mundo, mas, ao mesmo tempo, nessa mesma derrota, ele acaba conquistando o absoluto: a imortalidade.</p>	<p>trágica ao se envolver em um acidente de carro. Por mais que ele tenha morrido jovem, seu legado permanece imortal, seja por seus filmes, ou pelas teorias da conspiração acerca de sua morte.</p>	<p>do <i>K-pop</i> que sucumbiram à pressão pública ao terem sido julgados pela sociedade, o que acabou a os impulsionar tanto a falecimentos reais, quanto à iminente queda do seu estrelato, uma morte conceitual. Porém, da mesma forma são mantidos de forma intacta na memória de quem os admirava.</p>
---	---	--

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da articulação da trajetória dos ídolos de *K-pop* com a obra "As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema" de Edgar Morin. (2025)

Morin (1989) ao usar a trajetória de James Dean enquanto o comparava com a imagem do herói olímpico, um semideus na terra que, ao mesmo tempo que tem a força - neste caso o talento - para conquistar tudo o que quiser, precisa passar por provações diversas, tanto para conseguir seu lugar no Olimpo, quando para mantê-lo.

Essa tensão entre idealização e vulnerabilidade presente tanto na Hollywood das décadas de 1930, 1940 e 1950, quanto na indústria do entretenimento contemporânea, é fundamental para compreender por que essas figuras despertam vínculos afetivos tão intensos e duradouros no público. É justamente nesse terreno marcado pela admiração, pela identificação e pela sensação de intimidade com alguém inacessível que se estruturam as relações entre fãs e celebridades, abrindo caminho para a compreensão do fenômeno da parassocialidade.

1.2 A ilusão de proximidade entre fãs e artistas

A criação de uma figura célebre que parece perfeita aos olhos de seus admiradores e que se mantém visível possibilita com que vínculos emocionais entre fãs e seus ídolos se fortaleçam quase de forma próxima (MORIN,1989). Essa sensação torna-se ainda mais forte e mais exigente sob a pressão das imagens idealizadas desses atores, algo que em alguns casos se transforma em um relacionamento emocional unilateral. Embora fãs digam que criam um tipo de afeição nesses profissionais da arte, quando essa relação atinge níveis mais enviesados que vão além da admiração, essa conexão entre fã-ídolo se transforma em algo que chamaremos de "relação parassocial".

Os relacionamentos parassociais surgem como quadro teórico para entender a conexão emocional entre fãs e performers midiáticos. Quando cunhada por Horton e Wohl (1956), essa

teorização era relacionada aos novos programas de TV com apresentadores carismáticos, em vez de conversas entre amigos. O termo “parassocial” denota um vínculo emocional de natureza unilateral, ou seja, algo pelo qual as pessoas pagam, o que lhes devolve uma sensação de intimidade com celebridades ou personalidades públicas a quem não estão pessoalmente próximas e das quais não recebem ligações ou cartas.

Seguindo o ritmo atual dessas conexões, em meio às interações mediadas pelas plataformas digitais, a parassocialidade não se limita mais a uma relação simbólica, predominantemente individual, entre fã e celebridade, como foi inicialmente concebida por Horton e Wohl (1956), mas passa a ter uma dimensão coletiva, pública e performática. Conforme Hills (2002) analisa, no âmbito das culturas de fãs em ambientes digitais, essas interações não se estruturam mais apenas como diálogos entre duas pessoas, mas são agora realizadas, demonstradas e discutidas abertamente dentro das próprias comunidades de fãs. As mídias sociais, portanto, transformam a relação parassocial ao possibilitar que a conexão com o ídolo seja dividida, competida e constantemente reforçada em uma rede, influenciada pela mediação algorítmica e pela incessante troca de sentimentos, avaliações e expectativas morais.

A dinâmica entre fãs e ídolos no *K-pop* é marcada por uma simulação de intimidade, na qual os limites entre o que é real e o que é fantasioso são estrategicamente borrados. Essa proximidade percebida se ancora no conceito de relação parassocial que, aos moldes de Horton e Wohl (1956), também descreve um vínculo emocional unilateral no qual o público sente familiaridade e conexão com figuras midiáticas, mesmo sem uma reciprocidade real. Hills (2002) atualiza o conceito desse vínculo ao mostrar que o fã usa o ídolo para construir sua própria identidade, algo que em outro trabalho posterior, o autor aprofunda essa leitura ao evidenciar que, no ambiente digital, tais vínculos deixam de se organizar apenas como relações privadas e passam a operar de forma coletiva e publicamente performada, como se observa na seguinte afirmação:

Em vez de serem diádicas e terem como único objetivo obter reciprocidade de uma celebridade favorecida, as relações parassociais são múltiplas e exibidas nas comunidades de fãs digitais. (HILLS, 2015, p. 464)

No contexto do *K-pop*, a relação entre artistas e fãs se estabelece a partir de um modelo de indústria cultural que se mostra altamente eficaz em explorar o potencial simbólico e afetivo das relações parassociais. Neste subcapítulo, serão analisados os principais dispositivos tecnológicos e institucionais que sustentam a ilusão de proximidade entre fãs e ídolos, com atenção especial às

estratégias utilizadas para transformar o engajamento emocional em uma experiência personalizada, constante e economicamente rentável.

Como abordado no subcapítulo anterior, a indústria do entretenimento sul-coreano, além de produzir ídolos que beiram uma suposta ideia de perfeição, também estimula a forma de consumo de seus fãs através de uma estrutura que utiliza dessas relações imaginárias, algo que, de acordo com Sounders (2022), gera lucro para essas empresas e funciona como publicidade gratuita por meio da base de fãs, tanto com fãs domésticos da Coreia do Sul, quanto para os fãs internacionais.

Para Sounders (2022), as relações parassociais são um alicerce fundamental no poder e sucesso do marketing da Coreia do Sul e para os países ocidentais. A mídia especializada no Pop coreano pode ser vista como, culturalmente, mais fluida devido à forma como é promovida para o público, independentemente de sua origem. Como afirma Pieterse (2015), a globalização é o crescente reconhecimento da interconexão entre culturas. Além disso, a hibridização não apenas da música, mas também da moda do *K-pop* atraiu grandes públicos internacionais que conseguem compreender certos temas representados nessas plataformas culturais.

O aspecto da cultura internacional dos fãs também é um ponto importante a ser abordado em pesquisas sobre *K-pop*, já que ele não se configura apenas como um gênero de consumo musical específico, apenas para fãs coreanos, mas tornou-se um gênero consumido por uma comunidade de fãs internacional que atravessa seu conjunto de vários fandoms, combinando-os no sentido da ideia de um produto transcultural, que contempla um movimento de fãs que, embora não esteja em um país, começa a consumir produtos culturais de outros países e se situa nos estudos relativos ao tema de estudos de Morimoto (2021).

Deve-se notar que o *K-pop* desde seu início, em meados dos anos 1990, recebeu suporte financeiro do governo sul-coreano para alcançar mais fãs e expandir além dos limites da Coreia do Sul. Isso se insere na política de Hallyu, ou poder coreano, que pode ser traduzida para o português como "Onda Coreana", um fenômeno que, como nenhum outro, pode ser representativo da política de expansão do *soft power* na Coreia, visando introduzir e expandir a cultura coreana por todo o continente asiático e para outros continentes, culminando no crescente interesse que outros países têm em consumir seus produtos culturais (MIN, J., & HAN. B, 2019).

O consumo do *K-Pop* no Ocidente pode ser visto como um dos sub legados da globalização, já que esse primeiro contato com fãs internacionais²⁰ ocorreu pela internet. Para Sounders (2022), a internet teve um papel muito importante para que esse gênero musical chegasse internacionalmente, já que essa rede tem o papel de encurtar distâncias. Em consonância, King O’Rian (2021) apresenta a ideia de como as redes sociais conectam esses produtos culturais com fãs em potencial, uma dinâmica que vai além dos algoritmos, e do acesso a postagens feitas por membros de uma mesma comunidade sobre o assunto, já que nesse cenário existe uma incidência massiva de engajamento de usuários de redes sociais que são fãs.

Desse modo, criam-se conexões entre esse produto (que no caso seria não apenas o *K-Pop*, mas sim a relação de proximidade entre fãs e ídolos que se é comercializada), e seus consumidores (os fãs), algo que Putra e Febriana (2022) caracterizam que, por meio desse vínculo, podem surgir impressões de uma falsa intimidade entre eles, já que as mídias sociais possibilitam fácil acesso ao consumo de conteúdos relacionados à cultura pop musical sul-coreana.

Para Sari e Prasetyawan (2023), a relação entre fãs e seus ídolos de *K-pop* nas redes sociais se torna ainda mais de proximidade e de consumo midiático por parte desses admiradores, pois além do contato por meio de uma conta oficial do grupo – que tende a ser monitorada e atualizada pela empresa- o fandom também consegue, muitas vezes, ter acesso às contas individuais desses artistas – contas profissionais mas que tem um ar de conta pessoal -, dessa forma, os fandoms conseguem acompanhar e se atualizar sobre os ídolos que admiram .

Para Zhang (2024), essa projeção e identificação de fãs com seus ídolos se ampliaram ainda mais com as redes sociais. Essa conexão simbólica é ainda mais alimentada, não somente por interações constantes, mas com uma produção de conteúdos exclusivos para os fãs tanto em plataformas internacionais, como Instagram, *TikTok* e X (antigo Twitter), quanto em redes sociais específicas para esse contato, entre os aplicativos mais conhecidos estão o *Weverse*²¹ e o *Bubble*²²

23 .

²⁰ A designação “fãs internacionais” compreende todos os fãs não coreanos, indo além do recorte ocidental/eurocêntrico ao incluir o Sul Global e demais regiões asiáticas, alinhando-se também ao conceito de fandom transcultural de Chin & Morimotto (2024).

²¹ Plataforma digital da HYBE Corporation, uma das grandes agências de entretenimento sul-coreano, funciona tanto como aplicativo móvel e plataforma web, é especializado em hospedar conteúdo multimídia e permitir comunicações entre artistas musicais e fãs.

²² Plataforma da JYP Entertainment, uma das principais agências de entretenimento, funciona como aplicativo pago onde fãs de artistas da JYP podem receber mensagens e conteúdo exclusivo de seus ídolos.

²³ As duas plataformas também são utilizadas por *idols* de outras empresas da mesma indústria, como a SM Entertainment.

Sobre as performances de celebridades no ambiente digital, Abidin (2021) traz aspectos de como essas figuras mobilizam, intencionalmente, uma sensação de proximidade para com seus seguidores, e que, geralmente, ela ocorre por meio da exposição de sua vida cotidiana - com imagens e vídeos de sua vida particular, principalmente - , uso de interações personalizadas - curtidas ou republicações de conteúdos feitos por seus fãs - e pela construção de discursos afetivos - agradecimento de suas conquistas aos fãs por meio de publicações. Esses são os principais modos que alimentam uma sensação de acesso privilegiado à vida privada desses artistas.

Esses laços parassociais são bastante influenciados dentro da indústria do *K-Pop*, pois se encaixam dentro de um sistema de manutenção das relações dos artistas com seus fãs, o que transforma a afetividade em um capital financeiro e simbólico para os interessados nesse conteúdo. Dentro dos estudos de Chin e Morimoto (2013) e Jenkins (2006), essa prática passa também a servir de incentivo para que os fãs, além de serem consumidores da imagem de uma pessoa, comprem os produtos relacionados àquela figura, mudando assim de mero espectador para então ocupar a posição de consumidores ativos. O entretenimento sul-coreano busca sempre incentivar o consumo, indo além da venda de ingressos para shows e álbuns de música, trazendo mais itens como livros, filmes e merchandising oficial.

Um exemplo de como essas empresas, que trabalham no meio dessa cultura, entendem o potencial de compra de seus consumidores e a forma como utilizam esse afeto forjado entre as partes, para impulsionar suas vendas de produtos físicos antes mesmo de apresentar suas estratégias digitais. Uma das práticas mais difundidas do *K-Pop* são os *photocards*, que são fotos dos *Idols* no modo selfie, que são redimensionadas em um padrão médio (ficando maiores do que uma foto 3x4, em média de 5,5 cm x 8,5 cm) e que são incluídos nos álbuns de forma sortida. Algumas dessas imagens são mais raras do que outras, agregando ainda mais valor à prática. O ato de ter uma coleção de *photocards* não só fomenta o consumo, mas pode identificar e atribuir ao fã o status de colecionador, já que esse método também o impulsiona, não só à compra de múltiplas cópias do mesmo álbum para obter o item desejado, mas à produção de mais cópias por parte da empresa.

Outro método para impulsionar as vendas físicas é lançar promoções em que a compra desses itens, dá aos fãs, a possibilidade de entrarem em um sorteio para participarem de eventos como *fansigns*, videochamadas e o recebimento de itens personalizados, o que intensifica ainda mais essa percepção de reciprocidade, ainda que essa relação permaneça, na prática, unilateral

(Tinaliga, 2018). Os *fansigns* são um dos principais dispositivos nesse processo, pois nesses eventos, o fã tem a oportunidade de interagir diretamente com seus ídolos, geralmente por meio de sessões de autógrafos, fotos ou conversas breves. O que agrega ainda mais valor a essa experiência é que ela fica disponível a apenas uma parcela de fãs. Nesse caso, os fãs domésticos do *K-Pop* têm uma maior possibilidade de participarem desses eventos.²⁴

Mas o que antes era restrito apenas aos fãs sul-coreanos, começou a ser englobado pelo ambiente online durante a pandemia de COVID-19 quando essas interações migraram para o ambiente digital, que possibilitou a ampliação dessa experiência para os fãs internacionais. Seguindo o mesmo modelo do evento presencial, as *video call fansigns*, os fãs sorteados participam de chamadas de vídeo individuais com os artistas por tempo cronometrado.²⁵

Para Hany (2020), além de impulsionarem um consumismo deveras desenfreado por parte de seus fãs, as agências de *K-Pop* sempre encontram cada vez mais formas de potencializar essa fidelização de seus consumidores por meio da internet, e com isso empresários associados a grandes empresas de entretenimento de *K-pop*, como HYBE, SM Entertainment e JYP Entertainment, que ao longo dos anos vem investindo em um sistema operacional altamente estruturado que visa o mercado global, ao ver o potencial que essa interação emocional fã-ídolo poderia ser expandida.

Por mais que esse tipo de contato entre esses artistas e seus admiradores, por meio das redes sociais, sejam um produto deste tempo, Zhang (2024) afirma que desejo por esse tipo de contato entre fãs e ídolos remonta aos anos 1990 - com grupos pioneiros como H.O.T e *Sechskies*. Nas primeiras décadas do *K-Pop* as interações ocorriam, majoritariamente, em eventos presenciais, como encontros e shows, mas nos anos 2000 houve a popularização dos *fan cafés* on-line (comunidades em formato de blog) e sites oficiais, os precursores das plataformas oficiais que são utilizadas atualmente. Essa forma de contato passou a permitir que uma comunicação contínua, independente de tempo e espaço ocorresse entre fãs e ídolos.

Com o avanço da tecnologia móvel em meados dos anos 2010, essas plataformas oficiais se tornaram ainda mais acessíveis, tornando possível o contato direto com os *Idols* a partir de qualquer lugar, desde que se tivesse um celular em mãos (ZHANG, 2024). Dessa forma

²⁴ *I hate fan signs and fan call events. Is there a way to opt out?* REDDIT r/kpopthoughts, 2013. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpopthoughts/comments/1gzuf06/i_hate_fan_signs_and_fan_call_events_is_there_a/. Acesso em: 2 abr. 2025.

²⁵ Ididem

surgiram as primeiras versões dos sites / plataformas mencionadas anteriormente, um desses exemplos é o *Weverse*, que antes de sua unificação com outras plataformas da HYBE em 2023 era chamado de “*VLive*”, onde artistas como BTS, EXO, BLACKPINK, BIG BANG, entre outros grupos, a utilizavam para fazerem *livestreams* para seus fãs.²⁶ Já o *Bubble* da JYP Entertainment passou a funcionar em 2020, e já contava com esse tipo de interatividade por meio de uma sala de bate-papo virtual paga, mas que funciona como um feed de redes sociais especializado em uma interação maior entre *Idols* e seus fãs.^{27 28}

Essa ilusão de intimidade é reforçada, não só pela interação nas redes sociais internacionais, mas também pelas plataformas digitais e institucionais dessas empresas que estimulam a sensação de presença contínua dos artistas no cotidiano dos fãs. Segundo Baym (2018), essas interações mediadas pela tecnologia têm o poder de moldar as formas contemporâneas de sociabilidade e pertencimento, fazendo com que os fãs se sintam emocionalmente conectados, mesmo sem um contato real. São mecanismos como esses que transformam a ilusão de intimidade em experiência cotidiana, que fazem com que a relação entre fãs e *Idols* ultrapasse os limites do espetáculo e adentre a esfera pessoal e emocional do público.

Mesmo sendo uma alternativa às formas anteriores de contato nessa relação dos artistas com seus admiradores, essas plataformas ainda reforçam uma ideia de acesso privilegiado para usuários pagantes. Para Oh (2022), plataformas como Weverse e Bubble, por exemplo, oferecem interações pagas que simulam conversas diretas e exclusivas com os *Idols*, e acesso a conteúdos privativos para assinantes, sendo eles apenas postagens ou produtos licenciados exclusivos.

Por mais que esses espaços sejam baseados em plataformas sociais de uso habitual, que habilitam postagem de imagens, vídeos e textos, elas acabam por proporcionar aos fãs uma nova perspectiva de interação com seus ídolos, algo que, para Zhang (2024), sustenta as interações parassociais ao oferecer um contato exclusivo e intimista entre fã e artista. Ainda que ambas as

²⁶ SEOULBEATS. *Linking You to Hallyu: The V Live Broadcasting App*. 7 set. 2015. Disponível em: <<https://seoulbeats.com/2015/09/linking-you-and-hallyu-v-live-broadcasting-app/>>. Acesso em: 2 abr. 2025.

²⁷ Comment in “Pls explain JYP bubble?” REDDIT. r/kpophelp, 2020. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/k9tdlm/comment/gf6ab7t/>. Acesso em: 2 abr. 2025.

²⁸ Comment in “What is bubble and how does it work?” REDDIT. r/kpophelp, 2020. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/141wqlo/comment/jn27nmh/?tl=pt-br&utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xess&utm_term=1&utm_content=share_button. Acesso em: 2 abr. 2025.

plataformas apresentem dinâmicas distintas, tanto o *Weverse* quanto o *Bubble* se inserem diretamente nessa consolidação das relações parassociais no K-Pop, principalmente quando o seu intuito é disponibilizar conteúdos que fazem parte dos bastidores da vida dos artistas.

Tanto as empresas e artistas quanto os fãs são versados em encontrar formas de ampliar suas relações. Uma dinâmica interativa que se faz presente nesse vínculo é o uso da sigla “*TMI*” (do inglês *Too much information*, que em português significa “Muita informação” ou “Informação demais” de forma coloquial). A sigla é utilizada tanto em prompts de perguntas preparados pela própria empresa em eventos de interação presenciais com os fãs, quanto em comentários feitos pelos próprios fãs, principalmente em *livestreams* com o intuito de pedir para que os ídolos tragam algum fato ou anedota que intensificam ainda mais esse sentimento de proximidade.²⁹

Pode-se dizer que é a partir deste momento que as dinâmicas da parassocialidade se tornam mais do que apenas admiração e identificação, agora se transformando em um ato de vigilância e responsabilização pública desses artistas. Como observa Hills (2015), a crescente presença das celebridades nas mídias sociais, gera uma expectativa aumentada de proximidade, troca simbólica e transparência, levando os fãs a interpretarem posicionamentos, silêncios institucionais, pedidos de desculpas e afastamentos, como acontecimentos de caráter pessoal e não apenas profissional. Dessa forma, o vínculo parassocial se torna, ao mesmo tempo, emocional e prescritivo, sustentando práticas de apoio e processos de punição simbólica.

A profunda interação proporcionada pela alta circulação de informações e afetos nesses espaços digitais passam a operar como arenas de disputas simbólicas. Esses espaços permitem que comunidades de fãs articulem discursos cada vez mais polarizados, conectando diferentes agentes e intensificando as controvérsias em torno das figuras públicas. Nesse contexto, a lógica da pós-verdade, conforme definida por Segabinazzi (2020), desempenha papel central, uma vez que as reações emocionais e as crenças pessoais frequentemente se sobrepõem aos fatos objetivos. Assim, mais do que a veracidade dos acontecimentos, passam a prevalecer percepções, afetos e engajamentos identitários, que moldam a forma como os ídolos são interpretados, julgados e defendidos no interior dos fandoms.

²⁹ Comment in “What does TMI mean in Kpop?” r/kpophelp, 2022. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/u817xi/what_does_tmi_mean_in_kpop/. Acesso em: 2 abr. 2025.

Zhang (2024) acredita que essas interações de parassocialidade dentro do *K-Pop* foram ainda mais impulsionadas pelo meios digitais pois elas oferecem a ilusão de uma comunicação direta e em tempo real com as celebridades, algo que anteriormente, quando o contato ocorria por meios audiovisuais tradicionais - como televisão, rádio e teatro- era menos intensa, mais passiva e distante.

Por mais que o vínculo entre artistas e fãs fosse formado de modo diferente no começo do *K-Pop*, com uma comunicação unidirecional, já eram presentes esses ideais de uma proximidade, na qual olhares e gestos direcionados eram considerados provas daquela relação, enquanto hoje, essa comunicação, de acordo com Zhang (2024) é feita de forma bidirecional, pois os fãs da atualidade podem interagir das mais variadas formas com seus ídolos que também podem interagir, se desejarem. Outro aspecto presente nesta discussão de Zhang sobre esse tipo de interação é que artistas que compartilham mais aspectos de sua vida com os fãs desenvolvem um grau ainda maior de envolvimento parassocial com seu público.

Outro ponto que pode ser relacionado a esse envolvimento que os fãs buscam dessas relações parassociais com seus ídolos seria o que Eaglehawk (2020) costura junto a esse tipo de interação, a limerência³⁰, termo da psicologia cunhado por Dorothy Tennov nos anos 1970 e que fala sobre um estado emocional e cognitivo que se caracteriza por um desejo bastante intenso por outra pessoa, com necessidade de ter esse sentimento correspondido. Dessa forma, é possível observar que, nesses relacionamentos unilaterais de fãs com seus artistas favoritos, há uma espécie de desejo intenso de intimidade com eles, enxergando-os até como possíveis parceiros ideais, mesmo sem a presença de qualquer interação real. Esse desejo movimenta a vontade de acompanhar ainda mais o que essa pessoa célebre faz e compartilha, seja ao vivo ou pela internet.

A junção da parassocialidade com a limerência nos relacionamentos ilusórios de proximidade de fã-ídolo podem representar um estágio avançado de parassocialidade com forte

³⁰ De acordo com o dicionário, a limerência se refere ao estado psicológico involuntário de desejo amoroso muito intenso por outrem, acompanhado da grande necessidade de ter esse sentimento correspondido. No contexto aqui aplicado o termo se referencia a uma paixão platônica intensa, algo que Tennov definia como: “ Quando uma paixão platônica - um *crush* - impacta/ toma conta a vida de uma pessoa”. Algo que dependendo da intensidade da conexão, pode ser o tipo de sentimento que um fã pode sentir por seu artista favorito. Disponível em: PRIBERAM. *Limerência*. In: Priberam Dicionário de Português. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/limer%C3%Aancia>. Acesso em: 8 nov. 2025.
MILLER, Orly. *Limerence: an overlooked form of obsessive love that can hijack the mind*. Psychology Today, 26 ago. 2025. Disponível em: <https://www.psychologytoday.com/us/basics/limerence>. Acesso em: 8 nov. 2025

componente romântico e imaginário, criando a expectativa de uma narrativa fantasiosa para obter essa correspondência de sentimento do artista admirado. Esses termos, quando ligados, podem ser vistos como complementares, já que ambos, mesmo que não necessitando de um relacionamento recíproco, se alimentam da ilusão de intimidade que se faz presente nesse ciclo parassocial que é alimentado pela indústria do *K-Pop*, pois além do profundo engajamento emocional e uma certa fidelidade àquele artista ou artistas, é conseqüentemente benéfico para um consumo lucrativo dessa intimidade performada que é convertida em produto.

De acordo com Abidin (2021), o vínculo parassocial que será formado nessa relação é resultado de um cultivo de uma intimidade performada, na qual os artistas se apresentam aos seus seguidores como se fossem amigos próximos, o que pode ocorrer não apenas nas mídias digitais e virtuais, mas também nas "mídias offline". Por mais que possa ser feita uma separação nesse tipo de interação, já que as postagens feitas por tais *Idols* ainda denotam apenas uma fração daquela humanidade naquele ser idealizado, os fãs continuam apenas consumindo um conteúdo que passou por uma certa curadoria antes de ser postado.

Esse intercâmbio emocional presente nas relações parassociais entre fãs e ídolos vira um grande negócio em uma indústria que fatura por meio de uma troca aquosa entre as partes. Essa relação se refere a um tipo de conexão relacional caracterizada pela fluidez, pela transparência ilusória e pela habilidade de se adaptar às expectativas do outro, mas que, simultaneamente, esconde profundidades assimétricas de poder, controle e exploração emocional, dominando seus artistas, ditando o que eles podem e não podem fazer, empurrando-os a aderir a padrões impossíveis de cumprir. Nem mesmo os mais amados publicamente têm seu trabalho de vida posto de lado em face da pureza, do bom comportamento, da invisibilidade afetiva. O ídolo perfeito precisa ser totalmente consumível, não só como artista, mas como um amigo, com uma personalidade meticulosamente construída.

A percepção dessa intimidade também deve ser avaliada pelo outro lado, que no caso, seria a visão dos artistas, já que essa visão do seu lado privado, mesmo que não inteiramente privado, também faz parte de uma escolha sua. Existem diversos casos de *Idols* que utilizam seus momentos em *livestreams* para evidenciar ainda mais esse seu lado humano, provavelmente numa estratégia de fazer seus fãs se conectarem com eles dessa forma, em exemplos de casos como esses dois integrantes do grupo *BTS*, Kim Namjoon - também conhecido como RM- e

Jeon Jungkook, já falaram sobre situações pessoais³¹ e mostraram eles em situações do cotidiano³², respectivamente, em vídeos ao vivo com milhares de seus fãs assistindo.

Acredita-se que esses momentos em que são compartilhados esses sentimentos ou atos mundanos por essas pessoas que são endeusadas por seus fãs, seja apenas a forma como esses artistas vêm para tentar mudar essa ideia de que eles são tão humanos quanto seus fãs, e provavelmente que estão em busca de suavizar esse relacionamento unilateral, ainda mais que eles não fazem ideia de quem está do outro lado da tela o assistindo³³. Dessa forma, entende-se também que, as relações parassociais andam lado a lado com a compreensão de que, aqueles artistas que são admirados, também devem ser tratados como seres humanos comuns.

³¹ Como foi a primeira live de RM do BTS após a dispensa militar. *Recreio*, 2025. Disponível em: <https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/como-foi-primeira-live-de-rm-do-bts-apos-dispensa-militar.phtml>. Acesso em: 14 jun. 2025

³² “O dia em que Jungkook, do BTS, dormiu durante uma live”. Disponível em: <https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/o-dia-em-que-jungkook-do-bts-dormiu-durante-uma-live.phtml>>Acesso em: 14 jun. 2025

³³ *Is it possible to have a healthy fan-idol relationship?* REDDIT r/kpophelp, 2021. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/rh9erd/is_it_possible_to_have_a_healthy_fanidol/. Acesso em: 2 jun. 2025.

Capítulo 2: Cultura do Cancelamento no *K-pop*

Um dos grandes fenômenos que tem se consolidado juntamente com as dinâmicas entre artistas e seus fãs, é a cultura do cancelamento. Cancelar alguém célebre é nada mais do que colocar ao julgamento do público, este que está presente nas mídias sociais, atos e opiniões provenientes desses famosos, seja por apresentarem um aspecto polêmico social ou alguma ruptura da imagem criada para ser consumida por seus fãs. Chiou (2020), apresenta a ideia de que a cultura do cancelamento seria como uma faca de dois gumes, ou seja, algo que, ao mesmo tempo traz benefícios, também tem seus malefícios, já que ao mesmo tempo que essa figura pública está agindo e manifestando algum tipo de opinião de forma ofensiva, seus apoiadores diretos, ou até mesmo indiretos, darão um jeito de responsabilizá-los por tal ato, como afirma Chiou:

“Quando uma figura pública diz ou faz algo considerado ofensivo ou pejorativo para determinado grupo, comentários depreciativos rapidamente se acumulam nas redes sociais, denunciando a má conduta, retirando o apoio ao trabalho/produto da pessoa ou utilizando uma linguagem performativa para zombar e envergonhar quem se acredita ser o responsável pela transgressão” (CHIOU, 2020, p.2)

De forma a contextualizar sobre o surgimento da cultura do cancelamento, é necessário compreender que o termo “cancelamento” dentro da prática de colocar em suspensão a reputação social de alguém, vem da comunidade do Black Twitter – comunidade virtual de usuários negros e estadunidenses, em um primeiro momento -, que de acordo com o texto de Alberto e Pereira de Sá (2021) foi por meio dessa plataforma voltada para assuntos da cultura afro-americana, que se mostrava engajada em movimentos sociopolíticos que ocorreu seu surgimento. O ato de “cancelar alguém”, era caracterizado por enquadrar artistas ou empresas que se expressavam através de retóricas racistas e/ou sexistas (ALBERTO & PEREIRA DE SÁ, 2021).

Ainda debruçando-se sobre esse artigo de Alberto e Pereira de Sá (2021), o cancelamento, que se expressa muito mais de forma virtual, é considerado como uma dinâmica de fanatismo que utiliza boicote e denúncia para reduzir o capital de figuras, principalmente por meio de discursos marcados por hashtags (ROMANO, 2020 apud ALBERTO & PEREIRA DE SÁ, 2021). Segundo os autores, tal prática também intensifica a visibilidade de conflitos e a vigilância mútua nas plataformas, transformando o investimento emocional dos fãs em ferramenta de punição.

A cultura do Cancelamento, da forma como é conhecida na internet, é utilizada até os dias de hoje pelos *netizens*³⁴ como uma forma de controle de performance. Para Tabasnik (2023), o cancelamento é um fenômeno imagético e iconográfico, que se utiliza de um padrão textual estruturado (TABASNIK, 2020) para, enfim, ser representado de forma visual nas mídias sociais, carregando assim um legado de uma narrativa de imagens que retratam a desumanização dos sujeitos. A representação visual do cancelamento encontra, nas redes sociais, o espaço perfeito para se intensificar e se espalhar.

Tanto Chiou (2020) quanto Sounders (2022) enfatizam que a internet, principalmente as mídias sociais, seriam o meio primordial de ocorrência desses episódios de cancelamento, sejam elas o espaço em que a ação cancelável tenha sido feita, ou a corte virtual em que esse acontecimento, que além de se apresentar como controverso, será julgado por quem se sentiu movido, das mais variadas formas, pelo fato.

Ao ampliar esse entendimento, Saad (*apud* TABASNIK, 2023, p. 14) reforça que o cancelamento não pode ser reduzido a um mero tumulto midiático. Trata-se, antes, de um território de disputa, caracterizado por tensões simbólicas e dinâmicas de poder que permeiam a cultura digital. Sua dinâmica abrange disputas, reconfigurações e conflitos acerca de legitimidade e visibilidade, configurando-se como um jogo em que diversos protagonistas procuram reafirmar significados, valores e moralidades.

A cena do *K-pop* é um ambiente bastante propício para tais eventos, pois por ser um produto consumido em diversos meios e por seus fãs altamente engajados - principalmente pelas dinâmicas da parassocialidade, conforme visto no capítulo anterior-, se torna um espaço bastante fértil quanto a mobilizações de seus atores, sejam elas para fortalecerem seus grupos ou na tentativa de quebrá-los.

Esse tipo de dinâmica, além de trazer danos (que não seriam só para os atores principais em um caso de cancelamento, mas também para quem o apoia), também são permeadas por disputas internas, na qual, um mesmo grupo de fãs pode entrar em um embate por conta de opiniões culturalmente divergentes sobre um mesmo assunto, o que dentro dos estudos de

³⁴ O termo é a aglutinação de Internet e *citizen* (cidadão), e foi cunhado para representar como os usuários da internet agora passaram a ser mais do que frequentadores dela, se tornando cidadãos da internet - Definição de Netizen pelo dicionário Cambridge: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/netizen>

Tinaliga (2018) corresponde a uma fragmentação interna por conta dessas discussões sobre aspectos das vidas pessoais dos artistas.

Artistas com grandes bases de fãs, também indo além do *K-pop*, possuem uma posição social de permanência nos holofotes do olhar público, tendo não só sua vida pública sendo comentada, mas também questionamentos sobre sua privacidade, feitos quando pequenos deslizes, rumores ou, como é o caso dos artistas sul-coreanos, até diferenças culturais, são colocadas em evidência. Esses três pontos são os principais para desencadear intensas reações dentro e fora de seus fandoms, o que podem resultar em boicotes e até o afastamento temporário ou permanente desses artistas, de suas carreiras.

Fica então necessário frisar que, esta dissertação não irá analisar casos em que os cancelamentos de artistas sul-coreanos foram referentes a: crimes (englobando ocorridos que se enquadram tanto no âmbito cultural brasileiro, quanto sul-coreano, como porte de drogas, embriaguez ao dirigir), assédios (englobando tanto o psicológico, quanto sexual), *bullying*, xenofobia (a cultura asiática é permeada de opiniões culturais que envolvem principalmente casos de colorismo, sexualidade, política e religião). Como descrito na introdução, esta pesquisa foca em um caso em que houve divergências culturais dentro de um mesmo fandom quanto a exposições sobre a vida particular de um artista do *K-pop*.

Este capítulo, portanto, se propõe a apresentar como ocorrem esses movimentos de cancelamento de um artista do selo musical do *K-pop*, explorando os principais agentes envolvidos nesses episódios, a forma como a influência da parassocialidade corrobora para abalar as percepções da imagem de um *Idol*, o impacto das normas culturais coreanas em contraste com as percepções globais, e como diferentes casos de cancelamentos podem mobilizar ou dividir os fandoms. Esses temas serão aprofundados nas seguintes subseções: 2.1 *Rompimento do tácito: a revelação da humanidade do Idol*, discutindo como eventos, não planejados, podem abalar a ilusão de proximidade entre fãs e ídolos; 2.2 *Quem promove o cancelamento?*, abordando o papel dos fãs e das instituições midiáticas na disseminação e amplificação dessas polêmicas; 2.3 *Cancelamento: entre normas culturais e normas globais*, que discutirá como a cultura do cancelamento varia entre o público coreano e internacional; e 2.4 *O impacto de um cancelamento em um fandom*, que analisará como esses casos e diferentes grupos de fãs podem agir nessas mobilizações.

2.1 Rompimento do tácito: a revelação da humanidade do *Idol*

Dentro do *K-pop* há uma máxima de que os *Idols* não são vistos apenas como cantores, mas sim a personificação do entretenimento, já que são treinados para se dedicarem e serem excepcionais em tudo o que se comprometem a fazer (HANY, 2020). Juntamente a essa máxima existe também um ideal de perfeição imutável que deve ser seguida à risca por esses artistas, pois no contexto da Coreia do Sul, eles serão não apenas figuras públicas, mas modelos de alteridade a serem seguidos. Compactuando com essa dinâmica de uma maior atenção e acessibilidade, os fãs asiáticos, especialmente os sul-coreanos que estão totalmente absorvidos por essa lógica, não querem apenas apreciar o trabalho do seu ídolo, mas também querem consumir sua imagem por inteiro. Hany (2020) afirma que:

Esse sólido sistema no qual o gênero se apoia, especialmente no seu país natal, naturaliza demandas absurdas aos ídolos provenientes da empresa, da mídia e do seu público. Para muitos fãs sul-coreanos, as rígidas regras são necessárias para manter o ídolo como um objeto digno de adoração, caso contrário, na ocasião de um escândalo ou comportamento fora do esperado, os fãs podem se voltar contra seus favoritos e exigir que saiam do mundo do entretenimento (HANY, 2020, p. 98)

A partir dessas construções sociais, fica implícita a maneira como a indústria do *K-pop* faz com que seus artistas precisem trabalhar meticulosamente para criar uma imagem imaculada, pois ela será projetada como uma figura perfeita, quase divina, renunciando-a e escondendo aspectos que os tornem tão mundanos quanto seus fãs. Essa proteção vem por meio do controle estrito sobre as atividades e a vida pessoal dos *Idols*, na qual sua agência garante que suas imagens públicas permaneçam inabaláveis e ideais (HANY, 2020). Mas essa proposição acaba por se contrariar com um dos seus maiores pilares, que são as relações parassociais. Ou seja, esses artistas precisam caminhar em uma linha tênue entre mostrar partes de sua humanidade e não descer do seu pedestal de figura olimpiana.

É essencial notar que a falta de privacidade dos ídolos do *K-pop* resulta de uma cultura de superexposição midiática e parassocialidade - já que, além dos fãs, esses artistas também passam por um certo assédio midiático, no qual, seus fãs e a mídia especializada entram em conflito para terem acesso a suas informações privilegiadas. Isso pode ser atribuído a essa cultura de alta exposição por parte da imprensa e dos fãs como um valor de capital de informação

Este fenômeno não só impõe restrições à vida pessoal dos artistas, como também revela diferenças culturais na recepção de informações sobre seus relacionamentos. Para contornar

essas exigências, alguns artistas optam por restringir o compartilhamento de informações pessoais, buscando manter uma certa privacidade. No entanto, a cultura de grande exposição midiática no *K-pop* resulta em frequentes invasões da vida privada dos artistas, que enfrentam a constante demanda por acesso a seus assuntos pessoais. Esses contrastes culturais refletem as distintas expectativas em relação à vida pessoal e profissional das celebridades no cenário global.

Para Herbrink (2020), mesmo a partir de uma imagem extremamente polida e, às vezes, até ilusória por parte daquele artista, seu admirador ainda consegue, de alguma forma, buscar uma conexão sua com aquela pessoa famosa e estabelecer um vínculo unilateral, mesmo sem perceber que esses laços que ali estão sendo formados, são parte de uma estratégia ilusória que dá acesso direto ao ídolo.

Para King-O’Riain (2021), esse tipo de relação de proximidade pode acarretar um comportamento tóxico dos fãs em relação aos artistas que eles admiram. Isso porque, além de induzirem de forma artificial que artistas e seus admiradores possuem um vínculo real e íntimo, os fãs podem, por meio da limerência presente nesse relacionamento, começar a querer ter algum tipo de poder de negociação, e quando algo não é obtido, esse comportamento de adoração intensa pode se escalar em proporções intensas.

Tanto Herbrink (2020) quanto Hu (2016) demonstram em seus trabalhos como essas manifestações de insatisfação pela quebra de um combinado unilateral e comercial podem resultar em um término dessas relações. Além dessa decepção parcial, que é nada mais do que a ruptura de uma expectativa que, primeiro é comercializada através de uma imagem perfeita, e depois mantém a visão de uma pessoa idealizada no imaginário de seus fãs, há um apagamento da ideia de que, por trás daquele ídolo, também existe alguém tão humano quanto qualquer outro.

Para Dingsun (2025), os *Idols* são moldados para operar como "interfaces" entre entretenimento e comércio, tendo, dessa forma, uma exaltação apenas do seu lado comercial, o que oculta o seu lado não comercializável, ou seja, sua vida privada. Como apresentado no capítulo anterior, as empresas que gerenciam ídolos de *K-pop* criam mecanismos para evitar impactos na carreira dos artistas, o que reflete algo primordial na cultura do entretenimento sul coreano, que é a priorização da vida profissional sobre questões pessoais. Muitos ídolos,

geralmente com menos de 30 anos, enfrentam restrições à liberdade pessoal para atender às expectativas do público e do mercado (HANY, 2020).

Só que, ao mesmo tempo em que o foco dos fãs deveria estar inteiramente na obra desses artistas, e não em sua vida pessoal, é possível perceber que há um conjunto de atores que tentam colocar obstáculos nessa trilha simbólica da relação entre ídolos e seus apoiadores, entre elas estão os rumores sobre a privacidade dos *Idols*. Dentro do campo do *K-pop* existe uma indústria análoga às empresas de entretenimento que promove o vazamento dessas informações que são do interesse do público, mas ela vai além das mídias tradicionais, como tabloides de fofoca, ela também envolve fãs stalkers, o que será mais explicado no próximo subcapítulo.

Porém, toda a construção dessa interface perfeita e idealizada pode ruir quando essa imagem é posta à prova, quando resquícios da humanidade, que até então estava na obscuridade, vem à tona, tirando aquele ídolo de seu pedestal, substituindo seu título de divindade, para seu lugar como humano. Principalmente quando relacionado a aspectos amorosos, as agências do *K-pop* além de usarem ferramentas para controlar o que é público quanto à vida privada de seus artistas, também os transforma em namorados e namoradas de seus fãs, criando a ideia de que eles pertencem, romanticamente, a seus fãs.

Essa posse de um ídolo é vista como um ato de adoração àquela celebridade, mas que é uma relação que pode possuir um certo prazo de validade, que seria o momento em que ocorre a ruptura entre a imagem idealizada com a pessoa real. He & Sun (2022) em seus estudos sobre esse “término de relacionamento” entre *Idols* e seus fãs, apontam como escândalos (como namoro, traições ou crimes) podem desencadear esse rompimento, afetando negativamente o bem-estar psicológico do fã. O vínculo parassocial intenso, similar a um relacionamento amoroso, pode gerar reações de luto, ansiedade e até autoagressão quando rompido.

Baseando-se numa lógica de relacionamento afetivo real, He & Sun (2022) indicam que, da mesma forma como ocorre em namoros entre pessoas comuns, essa relação, eventualmente, passa por um momento de término real, causados por eventos que podem trazer um certo desconforto ou até mesmo um sentimento mais traumático, causado pela quebra de expectativa, que, nesse caso, pode ser representado pelo gatilho de quando o *Idol* se envolve em atos negativos para sua imagem, principalmente pela exposição de algo não só privado, mas como secreto, como um relacionamento amoroso real, alguma traição ou até mesmo a presença em um caso criminal. Os autores também apontam que esse “rompimento amoroso” pode partir da

vontade própria do fã, quando ele se encontra em um momento em que não consegue mais manter essa conexão, seja ela por conta de sua vida pessoal, como se tivesse amadurecido demais para se manter neste lugar, ou até por situações relacionadas ao próprio fandom - como se o desgaste de sua relação com a comunidade que até então pertencia já não o agradava mais.

Dentro de seus estudos, McCutcheon et al. (2021), explicam que esse “término” entre um fã e seu ídolo possui três principais razões que podem estar associadas a diversos efeitos estressantes, que levam os fãs a terem experiências traumáticas. Entre as primeiras razões que os autores apontam como as que possuem efeitos para causar esse rompimento são: **(1)** pressões e excessos dentro do próprio fandom, como ações que se categorizam como vício em redes sociais (LIU et al., 2022), estresse constante com discussões entre fãs e gastos excessivos com merchandising ou álbuns. Isso aponta para uma vulnerabilidade dos fãs, partindo da ideia de que grande parte dos fandoms é formado por adolescentes e jovens adultos que acabam se apegando a um ídolo de forma intensa em um momento de formação identitária, o que pode acarretar esses rompimentos simbólicos pela falta de uma maturidade emocional (ZSILA et al., 2019). **(2)** a força do vínculo emocional e a parassocialidade, em que a conexão idealizada e unilateral com o ídolo, provoca no fã uma sensação de rejeição ou traição perante eventos adversos, como a divulgação de um relacionamento amoroso ou uma falha pública; e **(3)** a vulnerabilidade da formação da identidade na juventude, na qual a relação simbólica com o ídolo se torna um alicerce da identidade, de forma que frustrações ou quebras desse laço podem gerar sensações de perda e abandono, convertendo a experiência simbólica em dor real.

Esses três fatores geram experiências, mesmo que simbólicas, mas que, ao mesmo tempo, geram sofrimento real, que pode vir a trazer esse rompimento de forma definitiva na relação entre um fã e seu ídolo idealizado. A rejeição que vem do término desse relacionamento parassocial, no qual havia uma certa percepção do *Idol* como parceiro romântico íntimo (MCCUTCHEON et al., 2002), além de poder se tornar a causa de diversas situações críticas relacionadas ao bem-estar dos fãs, interrompe a linearidade de uma imagem idealizada do artista. Ainda nesta perspectiva de uma imagem idealizada desses artistas hipermidiáticos, Fernandes (2017) afirma que a vida desses indivíduos célebres é caracterizada por ser um emaranhado de perspectivas, históricos e peculiaridades pessoais:

Tratando-se de celebridades e do que compõe o que é divulgado na mídia, pessoal e profissional se misturam quase que automaticamente resultando na fama e na

popularidade. Quando essas figuras públicas se inserem em novas dinâmicas sociais na internet há mudanças nos valores e nos significados que suas publicações e seus conteúdos têm, independente do caráter. (FERNANDES, 2017, p 1)

Ao mesmo tempo que a cultura de fãs de *K-pop* ainda segue certos códigos de conduta³⁵ impostos tanto pela indústria musical do gênero quanto pelos próprios fandoms (como evitar comentários ofensivos, respeitar a privacidade dos ídolos e não propagar boatos não confirmados), as práticas contemporâneas vêm passando por certa reformulação por meio das dinâmicas das redes sociais, algo que Fernandes (2017), ao se apoiar nos estudos de Lana (2014), afirma que os acontecimentos ligados ao que é de caráter pessoal dessas figuras públicas, vem assumindo um lugar de destaque na mídia. Ou seja, ao mesmo tempo em que, a atualidade pede para que a vida privada e a vida pública desses artistas se mostrem de forma entrelaçada e explícita, ainda se faz necessário a manutenção do que é privado, de forma que a indiscrição de sua intimidade, o que além de ser uma estratégia de preservar a imagem particular do ídolo e o conceito de Meyers (2009), no qual a reputação daquele indivíduo foi formulada para dar lucro financeiro.

Neste caso, o rompimento tácito da imagem dos *Idols* acontece quando a necessidade do consumo da trajetória e do cotidiano de uma celebridade se torna parte de uma indústria maior que gira em torno da fama, do sucesso, reconhecimento, atenção, promoção e repercussão na sociedade contemporânea (FERNANDES, 2017). Porém, o contato com esse lado obscuro causa a quebra da expectativa de alguém idealizado, como apresentado anteriormente neste subcapítulo, causando, efetivamente, esse término entre fãs e seus ídolos, e que pode também se tornar um caso de cancelamento da imagem da pessoa famosa, o que será abordado no próximo subcapítulo.

2.2 Quem Promove o Cancelamento?

Nesses mais de 20 anos de indústria, o *K-pop* já teve diversos ídolos que tiveram suas vidas privadas expostas, gerando reações intensas tanto de apoio, quanto de desaprovação por parte dos fãs. A forma como esse lado particular de um artista famoso vem aos holofotes apresenta variações, mas todas elas se baseiam em uma indústria especializada em buscar e

³⁵ Regras de conduta dos fãs de K-pop <https://kpoplifeforever.quora.com/What-are-some-rules-in-K-pop-that-every-fan-should-know-and-follow#:~:text=Voc%C3%AA%20sabia%20que%20Irene%20e,trainees%20para%20poderem%20estrear%20hoje.>

compartilhar esse tipo de informação. A exposição da privacidade desses ídolos do K-pop se transforma em uma indústria análoga a do entretenimento, na qual a mídia especializada, como tabloides de fofoca, se une aos fãs stalkers e, até mesmo, funcionários das agências que assessoram esses artistas. Este subcapítulo se propõe a apresentar e apontar quem são os atores que promovem o cancelamento dentro da cultura do *K-pop* e como isso também beneficia os tabloides sul-coreanos.

Para Tabasnik (2020), o universo da cultura do cancelamento possui dois personagens importantes: *os cancelados*, atores sociais que podem estar entre os nichos de artistas, influenciadores, políticos ou até mesmo pessoas não famosas ou não públicas; e os “*canceladores*”, termo cunhado para representar a audiência desses atores que julgam as performances em constante movimento por meio de dinâmicas identitárias e de sociabilidade. Nessa dinâmica, os cancelados guiam os acontecimentos que podem ser chamados de fases, dessa forma, esses momentos do cancelamento são adaptados conforme o contexto que pode se desenvolver a partir de uma situação específica.

O mundo dos famosos, que vai muito além do universo do pop sul-coreano, possui como forma de meio de comunicação uma mídia especializada, na qual jornalistas reivindicam e justificam seu conhecimento sobre celebridades, fazendo uma espécie de mídia jornalística que a tudo vê e comenta, o que é explicado por Hendrickx & Van den Bulck (2024) como uma epistemologia do jornalismo de celebridades. Dentro do escopo do *K-pop*, essa mídia especializada nos ídolos pode ser representada por dois veículos de imprensa digitais, a *Dispatch* e a *Koreaboo*.

Enquanto a *Dispatch* se apresenta como um veículo midiático que vai além das “fofocas de famosos”, apresentando também informações relacionadas à política da Coreia do Sul, a *Koreaboo* ainda foca mais na propagação de informações sobre as celebridades sul-coreanas. Porém, a *Dispatch* acaba se sobressaindo nesse nicho midiático, pois desde seu começo, se dedica à cobertura especializada em fofoca de famosos. Desde 2008, o veículo ganhou notoriedade, não apenas como uma fonte de notícias sobre relacionamentos de celebridades, mas também como uma empresa de mídia especializada em pesquisar e revelar informações sobre eventos polêmicos.

Em uma entrevista para um jornal universitário, e que mais tarde foi reproduzido pela própria *Koreaboo*³⁶, um representante da *Dispatch* contou que houve uma virada na cobertura deles quando optaram por passar a usar táticas de paparazzis norte americanos, como TMZ, para flagrar o casal de celebridades Hyun Young e Kim Jongmin, já que, apenas apresentar provas sem imagens sobre esses supostos casais de celebridades que namoraram em segredo, não seria suficiente para sustentar o assunto. O representante admite que a primeira tática, que era uma abordagem de se aproximar do casal suspeito em um encontro privado dos dois e perguntar se eles estavam juntos, não parecia a mais ideal, então esses flagrantes passaram a acontecer de forma mais afastada. Essa prática continua ocorrendo no universo do entretenimento sul coreano, e fãs até teorizam que muitas vezes a contenção dos vazamentos dessas informações é feita mediante uma proteção da empresa que agencia os artistas, mas que ocorre com o pagamento da informação, uma espécie de propina das empresas aos jornais de fofoca sul-coreanos³⁷.

Dessa forma, a mídia especializada em celebridades sul-coreanas passou a atuar como um dos principais atores na propagação de notícias e flagrantes desses momentos privados das celebridades. Porém, com essa apresentação dos tabloides digitais de fofocas, aparece o seguinte questionamento: “Quem passa essas informações sobre essas celebridades para esses jornalistas e fotógrafos?”. A resposta a esse questionamento parte de um conjunto de provas que apontam que, dentro das agências, alguns funcionários, principalmente os que ficam mais tempo próximos a essas celebridades, passam a vender, de forma anônima, informações particulares desses artistas. Fóruns especializados em *K-pop* levantam hipóteses de que, esses funcionários com informações privilegiadas integram grupos em aplicativos de conversas como Telegram e *KakaoTalk* (mais utilizado na Coreia do Sul), e em fóruns asiáticos como o chinês *Weibo*, colocando essas informações em troca de dinheiro, fazendo dessa dinâmica um mercado paralelo de informações, no qual a privacidade das celebridades se torna uma mercadoria, expondo-as a riscos e evidenciando falhas nos sistemas de proteção de dados e na ética profissional dos envolvidos. Dessa forma, quem possui mais dinheiro, consegue comprar essas informações, o que também vai além do jornalismo especializado nas celebridades sul-coreanas, podendo abranger fãs que também querem verificar essas informações.

³⁶ <https://www.koreaboo.com/stories/the-secret-behind-dispatch-and-how-they-find-dating-news/>

³⁷ https://www.reddit.com/r/kpopthoughts/comments/1gdy1rk/what_the_hell_happened_to_dispatch/

Dentre os tipos de informações privadas desses artistas que são compartilhados nesses grupos e fóruns, estão: números particulares de celulares, endereços, documentos pessoais, dados de voos (como destinos, horários e poltronas), rumores sobre lançamentos de trabalhos e rumores sobre sua vida particular e agenda pessoal. Sem contar, às vezes, em que esses funcionários aplicaram golpes financeiros a esses artistas ao utilizarem seus dados pessoais para fazerem transações bancárias³⁸. Nestes casos, as empresas conseguem identificar rapidamente a fonte do vazamento dessas informações e tomar as devidas providências, demitindo e processando esses funcionários para que a situação seja contida.

Como comentado acima, a venda dessas informações não ocorre apenas para jornalistas dos veículos de fofocas, mas também para fãs tornados obsessivos, que no k-pop são denominados como “*sasaengs*”. O termo *sasaeng* - em hangul *사생* - deriva da palavra coreana *sasaenghwal*, que significa "vida privada". Essas fãs ultrapassam os limites da privacidade ao seguir e monitorar os ídolos de maneira invasiva. Entre suas práticas mais comuns estão embarcar nos mesmos voos que os artistas, hospedar-se nos mesmos hotéis e, em alguns casos, trabalhar em companhias aéreas ou de telecomunicações para obter informações pessoais dos ídolos.

As *sasaengs*, de acordo com Soh (2012), muitas vezes começam como fãs comuns, mas que acabam passando para um estágio de obsessão que os impulsiona a perseguir celebridades com o objetivo de serem notadas pelos ídolos que gostam. Os agentes de ídolos apontam que astros populares têm entre 500 a 1.000 fãs *sasaengs*, com a possibilidade de em um único dia ter em média 100 dessas pessoas atrás deles (SOH, 2012).

Para Iwicka (2014), os *sasaengs* representam um nível extremo de possessividade de fã -algo que a autora complementa o cenário de fãs do gênero já que ele é permeado por dinâmicas de punição simbólica, humilhação pública e controle moral exercido pelos fãs-, pois eles representam a existência de uma comunidade de “admiradores” que rompem totalmente com os limites entre o público e o privado. Esse tipo de prática, visto pela pesquisadora como idolatria, gera práticas de controle, punição, vigilância e humilhação pública, que dialogam diretamente com a lógica da cultura do cancelamento.

³⁸ <https://kpopnewswire.com/jungkooks-hybe-shares-worth-8-4-billion-won-stolen-bts-agency-responds/>

Ao contrário dos paparazzis que tentam se esconder das celebridades quando flagram eles em locais públicos, as *sasaengs* querem ser reconhecidas por seus ídolos. Entre os casos mais citados e práticas mais comuns desses fãs stalkers, estão: grampeamento de telefone, invasão de residência privada, gravações ilegais e interações desconfortáveis para os ídolos, como o que aconteceu com o *Idol* Jackson Wang que em um programa de entrevista com fãs foi surpreendido por uma fã *sasaeng* e começou a se retirar do local³⁹, o cantor tem um histórico de perseguições por stalkers, tendo até já sofrido um acidente de carro em uma perseguição de mesmo cunho⁴⁰.

Os fãs regulares se questionam o que ainda sustenta essa prática de perseguição por parte desses fãs stalkers, pois o estilo de vida que esses artistas levam é condizente com sua fama, que proporciona a eles conforto e estabilidade financeira, diferente da realidade de muitos dos seus fãs. Porém, há casos conhecidos no meio da comunidade de fãs de *K-pop*, em que *ex-sasaengs* relatam como essa prática não era benéfica para elas.

O canal *Korea Scouter TV* em 2019 conseguiu entrevistar uma fã que se denominava como *ex-sasaeng*⁴¹, na entrevista, além de comentar sobre sua trajetória de fã para stalker de um dos integrantes do grupo que gostava, ela conta que parou sua vida de estudante por um ano e meio para acompanhar esse artista. A entrevistada diz que por mais que fosse uma vivência cara de se manter, ela trabalhava em cargos flexíveis para conseguir dinheiro para manter essa “carreira”, como ela mesma chamou. Quando questionada como ela conseguia saber de informações privilegiadas e privadas do artista que ela perseguia, a *ex-stalker* comentou que muito do que ela sabia estava em fóruns de fãs online denominados “cafés” e quem propagava essas informações eram outros *sasaengs* e também fãs de primeira geração, ou seja, que estão a mais tempo no fandom e são donos de fanpages mais completas e antigas dos grupos, que sempre eram chamados pelas empresas para tirar fotos dos artistas em eventos, a entrevistada os chamava de “*top seeds*”. Ao ser indagada acerca da razão pela qual abandonou a prática, a moça disse que foi porque o ídolo que ela acompanhava começou a namorar alguém, e isso fez com que ela desistisse de stalkeá-lo.

³⁹ <https://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/k-pop/music/news/jackson-wang-encounters-alleged-stalker-during-interview-fans-angered-at-the-interaction/articleshow/121615338.cms>

⁴⁰ <https://sugarfree01.wordpress.com/2016/09/01/noticiasrapper-jackson-do-grupo-de-kpop-got7-sofre-acidente/>

⁴¹ https://www.youtube.com/watch?v=DdErFN_rplU&t=2s

Outro ponto importante para saber sobre essa modalidade de fã stalker é que eles não necessariamente são fãs sul-coreanos, existe dentro dessa comunidade uma diversidade de pessoas de outros países. Além disso, é necessário ressaltar que como isso se insere em uma cultura diferente da ocidental, atividades de fãs como ir à aeroportos tirar fotos dos artistas desembarcando e acompanhar a agenda oficial - que é divulgada publicamente pelo próprio artista ou sua empresa- faz parte da rotina considerada normal pelos fãs sul-coreanos. Mas, quando esse limite é ultrapassado, os fãs *sasaengs* começam a adquirir informações da vida particular dos *Idols*. Outro ponto que é necessário ressaltar nessa dinâmica, é que muitos artistas do *K-pop* não moram em mansões superprotegidas e com seguranças a cada perímetro da residência, diferente do que ocorre na cultura ocidental, esse fato acaba se tornando uma “brecha” no sistema, o que acaba por possibilitar as perseguições e invasões de privacidade frequentes^{42 43}.

Em seu ensaio sobre fãs obsessivos e *sasaengs*, Chow (2021) apresenta a forma como esses fãs também se encaixam nesse mercado da informação privada de artistas famosos nas redes sociais. O texto mostra como um perfil do *X* (antigo *Twitter*) vende informações privadas dos artistas, apresentado a seguir:

Figura 1 – Print de tweet com tabela de preço de conteúdos privados de idols do K-pop

⁴² <https://revistakoreain.com.br/2019/11/o-lado-obsкуро-dos-fansites-sasaengs/>

⁴³ <https://www.soompi.com/article/786413wpp/are-you-there-oppa-its-me-sasaeng>



Figura 1. Print de postagem de conta *sasaeng* retirada de Makayla C, “Inside the World of Obsessive Kpop Fans,” Medium, 13 de outubro de 2021.

Possibilitar que a imprensa e os fãs *sasaengs*, com intenções voltadas a quebrar a linha tênue entre a vida pública e a particular dos artistas, tenham esse tipo de informação mediante pagamento, também é uma das maneiras de contribuir para o cancelamento dos *Idols*. A forma como os paparazzis e os stalkers agem nessa cadeia operacional de encontrar entre as rachaduras da máscara de celebridade que os ídolos do *K-pop*, resume-se a encontrar algo que possa trazer aos outros, ou até a si próprio, um traço de humanidade e imperfeição de alguém que, aparentemente, é perfeito e imaculado. Enquanto os tabloides digitais de fofoca sul-coreanos querem transformar assuntos da privacidade desses artistas em tópicos públicos, os fãs *sasaengs* querem saber dessa informação para uso próprio.

Legalmente, ainda não existe um amparo legal na Coreia do Sul que proíba o funcionamento do comércio dessas informações privadas das celebridades, mas a prática de *stalking* no país, foi criminalizada no final da década de 1990, ainda que de forma mais branda, com baixa consequência legal (para ser resolvida era mediante o pagamento de uma multa de apenas 72 dólares). A efetivação de uma lei para oficialmente criminalizar a prática do *stalking* ocorreu apenas em 2018, quando a medida passou a garantir ao acusado uma pena de três anos e multa de 25 mil dólares.

Essa mudança só ocorreu pois, de 2014 a 2017 houve um aumento de 46% nos crimes de *stalking*, segundo o 28º relatório *Examination of Government Administration Conference*. Outro dado apresentado foi que em 2017 aproximadamente 436 pessoas foram sentenciadas por essa infração⁴⁴. Em alguns casos, tanto o ídolo quanto sua empresa tomam as devidas soluções aos casos e, além de entrarem com medidas protetivas, também entram na justiça para processar essas pessoas que perturbam suas vidas particulares⁴⁵.

Independentemente das imagens públicas dos artistas sul-coreanos serem intrinsecamente lapidadas para serem comercializados pelas agências de *K-pop*, que vão desde a promoção de técnicas para chamar atenção de seus fãs (*fanservice*) ao *dating ban*, foi necessário compreender como os atores promovem o cancelamento dos *Idol*. Nesse meio, a atuação de *insiders* – *peessoas com informações privilegiadas que podem estar ativamente nas empresas- e ex-funcionários*, que são apontados como quem faz o vazamento desses dados, já os *sasaengs* que adquirem e compartilham esses dados, enquanto os jornalistas especializados publicam as informações dentro de uma dinâmica de incentivos no qual cada novo detalhe privado da vida de um artista vale mais do que o anterior.

Em conclusão, é fundamental ressaltar que o "cancelamento" no *K-pop* não surge apenas de ações individuais isoladas, mas é um mecanismo que envolve o mercado cinza de dados, mídia especializada, *insiders* e fãs stalkers, que atuam sobre imagens públicas, rigidamente controladas pelas agências. A mercantilização da vida privada, a rápida disseminação por meio de plataformas digitais e a ambiguidade entre proteger e explorar a intimidade geram um contexto em que qualquer brecha é vista como evidência moral e gatilho para punição coletiva. Entretanto, essa dinâmica não é consistente: as exigências de pureza, os sistemas legais de difamação e proteção de dados, os contratos de gestão de carreira e os repertórios de envolvimento dos fãs variam conforme os contextos culturais. Assim, para compreender por que certos vazamentos resultam em boicotes massivos, enquanto outros são minimizados ou rapidamente esquecidos, é necessário analisar as matrizes normativas e midiáticas. O próximo subcapítulo prossegue nesse sentido, examinando as diferenças culturais e estruturais entre o cancelamento realizado por fãs ocidentais e o cancelamento realizado por fãs orientais.

⁴⁴ <https://revistakoreain.com.br/2019/11/o-lado-obscurito-dos-fansites-sasaengs/>

⁴⁵ <https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/hybe-abre-acao-legal-contra-grupo-que-vazou-informacoes-sobre-voos-de-idols.phtml>

2.3 Cancelamento: Entre Normas Culturais e Normas Globais

As diferenças culturais que existem entre os fãs internacionais e os fãs coreanos vão além da localização e da familiaridade ou não com os costumes do leste asiático, porém, ao mesmo tempo em que essas divergências se encontram no meio dessas práticas de fandoms transculturais, a arte, mas principalmente os artistas, são o que os unem. Apesar das limitações impostas pelas fronteiras nacionais, o fandom mundial do *K-pop* vem prosperando e atraindo cada vez mais atenção global, constituindo um exemplo exitoso da aplicação do *soft power* pela Coreia do Sul, conforme destacado por Tinaliga (2018).

Essas dessemelhanças entre essa divisão dentro de um só fandom pode ser consideradas uma das principais causas de intrigas em um mesmo grupo de fãs, promovendo confrontos dentro do próprio fandom ou com outros fandoms, trazendo assim disputas entre as partes que coexistem nas dinâmicas de amor e ódio (GRECO & PONTES, 2022). A competitividade prejudicial emerge quando as ações se tornam destrutivas, desvalorizando ou atacando diretamente outros ídolos ou grupos de fãs. Entretanto, numerosos admiradores de diversas nacionalidades exercitam uma análise crítica sobre suas próprias condutas, visando evitar ações prejudiciais. Esse fenômeno está em consonância com a noção de "modernidade reflexiva" proposta por Ekberg (2007), na qual os indivíduos reavaliam, incessantemente, seus valores e comportamentos, à medida que novas informações se tornam disponíveis.

Muitas dessas desigualdades culturais que existem entre os fãs coreanos e os não coreanos provêm de costumes ligados ao confucionismo e às expectativas relativas à contenção da exposição pública. Chung (2015) descreve que, por mais que a sociedade sul-coreana siga as tendências da modernidade, ainda faz uso do confucionismo por meio de um “discurso nacional difuso”, que é influenciando educação moral, relacionamentos e expectativas públicas de conduta pessoal. A isso, acrescenta-se o que Xu (2022) nomeia de “desenho jurídico” dos casos de difamação no país - que prevê uma responsabilização por enunciados verdadeiros e limita a exceção de “interesse público” - o que gera um efeito inibidor sobre *exposés*, incentivando anonimato de denunciadores e privilegiando reparações simbólicas (como pedidos públicos de desculpas). Quando juntos, o ethos confuciano e a estrutura legal cultivam a expectativa de “pureza” contínua dos *Idols* e a contenção/gestão de exposições, moldando as respostas do fandom em favor da preservação da imagem, o que pode ser visto através de moções de apoio, boicotes e cancelamento.

Os admiradores sul-coreanos, por sua vez, consideram que os ídolos do *K-pop* foram “criados para eles”, uma vez que se trata de um produto nacional (HANY, 2020), o que faz com que esse segmento do fandom adote uma abordagem mais desafiadora em relação aos artistas e às empresas, sustentando uma perspectiva local e almejando que seus interesses sendo privilegiados dentro das noções culturais sul-coreanas. As agências de entretenimento, frequentemente, sucumbem a essas pressões, uma vez que os admiradores locais constituem uma parcela relevante de seus clientes, ou seja, essa parcela doméstica dos fandoms representam os maiores consumidores diretos de *K-pop*, já que eles conseguem consumir e viver essa arte “diretamente da fonte”, impactando automaticamente as métricas locais do gênero musical.

Enquanto isso, os admiradores globais têm a capacidade de direcionar sua força de maneira construtiva, incentivando campanhas de arrecadação de fundos e iniciativas filantrópicas em homenagem aos seus ídolos. Essa dinâmica exemplifica como o *soft power* da Coreia do Sul consolida a fidelidade à marca nacional e aos seus ícones até mesmo fora de seu país. Para uma pluralidade de indivíduos, o *K-pop* transcende o entretenimento, servindo como um ambiente de pertencimento e manifestação da identidade para a grande maioria de seus fãs - já que muitos são jovens (ZSILA et al., 2019) - embora também suscite desafios, tais como os conflitos interculturais que emergem nesse contexto. Porém, a equivalência dessas ações dos fãs internacionais com os fãs domésticos, acaba não sendo tão relevante quanto ao impacto dos sul-coreanos, principalmente quanto ao que se refere a consumo, que aqui, neste caso, é medido por meio do número de vendas diretas dos produtos relacionados ao *K-pop*, de forma geral.

O mercado internacional de compras do *K-pop* é relevante e importante para as empresas de entretenimento sul-coreanas, porém, esses indicadores não abrangem todas as vendas mundiais. Muitos dos relatórios sul-coreanos referentes a exportações desses produtos, citam apenas países ocidentais do norte global, como Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Amsterdam e Inglaterra, e países do leste asiático, como Taiwan, Japão, China e Hong Kong ⁴⁶, a não presença de dados específicos de países da América Latina, como México e Brasil, não significa que os fãs desses países não adquirem produtos oficiais, ainda mais que essas nações vêm apresentando um certo aumento na importação e consumo de entretenimento ⁴⁷. Outros fãs residentes de países do

⁴⁶ <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2024-07-16/business/industry/Kpop-CD-exports-decline-for-first-time-in-nine-years/2091204>

⁴⁷ IFPI. (2024). *Global Music Report 2024: State of the industry*. International Federation of the Phonographic Industry. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2024/04/GMR_2024_State_of_the_Industry.pdf

sul global, da mesma forma como os fãs latino-americanos, adquirem esses produtos oficiais por meio de plataformas digitais de compras como Shopee ⁴⁸ e Amazon.

A partir desses dados, as empresas de *K-pop* ajustam suas decisões com base nas métricas que conseguem medir e auditar de forma ágil no mercado local: vendas físicas oficiais com selo de autenticação ⁴⁹ (pré-vendas e *sell-outs* em lojas parceiras), contagens em *Hanteo* e *Circle* (sistemas de contagem de vendas de álbuns de *K-pop* na Coreia), ingressos e aquisições associadas a *fansigns*, votações validadas (como o *Music Bank* ⁵⁰) e índices de programas musicais. A resposta internacional, por sua vez, mesmo sendo abundante e barulhenta nas redes sociais, se dispersa em diversas plataformas, moedas e cadeias de distribuição, o que torna mais complicado transformar a indignação e apoio, em métricas confiáveis a curto prazo.

A falta de uma medição mais equitativa entre as diferentes partes de um mesmo fandom, confere aos fãs sul-coreanos, uma influência muito maior sobre o futuro dos grupos, principalmente em casos em que a reputação de uma banda ou artista está em jogo, que vai desde a imposição de pedidos de hiato, passando por exigências de desculpas públicas, até mudanças de formação ou até mesmo *disband* (em tradução literal do inglês significa “debandar”, mas o termo se refere ao encerramento oficial das atividades de um grupo musical) em caso de polêmicas. A partir daí, passa a ser crucial investigar de que maneira essas expectativas familiares, sustentadas por normas culturais e legais locais entram em conflito com as normas globais ativadas por fãs internacionais: é o que faremos a seguir, através de casos de “cancelamento” ocorridos na Coreia e fora dela.

2.4 O Impacto de um Cancelamento em um Fandom

O cancelamento de um ídolo consegue unir e, ao mesmo tempo, dividir um mesmo grupo de fãs. De um lado, cria-se uma linha de defesa que tenta preservar a “face” do grupo e reduzir os danos; do outro, aparecem grupos que pedem sanções (hiato, desculpas públicas, saída do membro). Essa clivagem é alimentada por repertórios morais distintos, que se encontram dentro dos ideais domésticos e internacionais, e por um ambiente informacional em tempo real, no qual denúncias, notas das agências e “provas” circulam e se reconfiguram rapidamente. Como ocorreu em 2021–2022, quando uma onda de alegações de bullying escolar ilustrou a rapidez com que

⁴⁸ <https://hitmagazine.com.br/lojas-ao-redor-do-mundo-suspendem-temporariamente-a-venda-de-produtos-do-riize/>

⁴⁹ <https://hanteo.zendesk.com/hc/en-us/articles/360038255912-How-do-I-authenticate-an-album>

⁵⁰ <https://www.koreaherald.com/article/2871612>

reputações eram desafiadas, com efeitos imediatos sobre as carreiras e respostas corporativas severas 51.

Os fandoms do *K-pop* são permeados por grupos internos que acabam se tornando essenciais nessas dinâmicas, pois ao mesmo tempo que essas divisões trazem malefícios para as relações tanto fã-fã quanto fã-ídolo, elas também podem promover uma certa união entre as fãs de um fandom transcultural. No subcapítulo anterior foi comentado sobre as *sasaengs*, as fãs *stalkers*, mas a rede de fãs do *K-pop* possui outros tipos e nomenclaturas de fãs que movimentam as relações entre um mesmo fã-clube. Em fandoms de grupos de *K-pop* é comum ter a presença dos denominados *Akgaes*, que pode ser traduzido como “fãs individuais maliciosos”, que focam em um único membro e costumam hostilizar os outros para favorecer seu favorito, e que podem acabar minando a coesão do grupo e dos fãs que acompanham, igualmente, todos os integrantes (WILLIAMS & HO, 2016). Literação de fãs e glossários especializados definem *akgae* como a abreviação de *akseong gaeinpaen*, cuja origem remete à prática de espalhar rumores e fomentar divisões (HANY, 2020).

Essa dinâmica, por outro lado, para Jung (2011) também colabora para o aparecimento dos anti fãs, esses funcionam de forma oposta, estruturando a crítica e exigindo punições aos artistas. Quando acontecimentos polêmicos dos artistas de *K-pop* vêm à tona, enquanto os defensores do *Idol* cancelado competem em termos de narrativa, contexto e proporcionalidade da punição, os anti fãs promovem atos de cancelamento e escrutínio público aos artistas. Em materiais sobre anti-fandom no *K-pop* fica evidente como esse tipo de ativismo negativo se organiza e se mantém, principalmente na internet.

Independente do momento que um fandom está passando por conta de seus artistas, Tinaliga (2018) apresenta que o forte vínculo que os ídolos de *K-pop* têm com seus fãs é tão forte que muitos incentivam os fãs a se envolver em atividades competitivas, buscando atingir metas e resultados, o que acaba por promover competitividade nesses fandoms. A autora categoriza essa competitividade em três aspectos principais:

- Competitividade intra-fandom: ataques ou defesas entre fandoms rivais

⁵¹ <https://revistakoreain.com.br/2021/03/dossie-os-idolos-de-k-pop-que-foram-acusados-de-bullying/>

- Competitividade inter-fandom: confrontos dentro do próprio fandom ou com outros fandoms, como debates online sobre o comportamento ideal do fã.
- Competitividade com fatores externos ao fandom: engajamento contra entidades fora do *K-pop*, como artistas ocidentais, para proteger a imagem dos ídolos ou do próprio fandom.

Em casos sobre os efeitos de um cancelamento de um integrante de um grupo ou artista solo, a separação de um fandom pode ocorrer tanto de forma internacional, por motivos culturais, quanto dentro de um grupo de fãs. Essas divisões, geralmente, surgem em decorrência de divergências nas normas e expectativas, por exemplo, relacionamentos afetivos, vazamentos de informações, “comportamento inadequado”, resultando na formação de subgrupos com agendas diversas, que incluem defensores neutros ou que aguardam informações, e sabotadores, além de conflitos acerca da autoridade interpretativa.

Nas plataformas, isso se concretiza em hashtags em competição, movimentações de *unfollow/report*, reconfiguração de grupos de fãs e disseminação de “*receipts*”, influenciando *streams*, visualizações, vendas e engajamento (ZHANG, 2024). Simultaneamente, podem emergir iniciativas de mediação e reestruturação (como etiquetas internas, orientações de conduta, interpretações contextualizadas e campanhas de doação) que visam manter o coletivo e redirecionar o capital afetivo. O desfecho constitui um processo dinâmico de fragmentação e reagrupamento, no qual a identidade do fandom é reavaliada e as redes de circulação e influência são reestruturadas. Estudos recentes mostram de que maneira a participação online reconfigura a política do fã, mesmo com monitoramento interno e “trabalho de polícia” da reputação, e de que forma a circulação internacional de conteúdos altera o peso dos públicos locais e globais.

Capítulo 3: Procedimentos metodológicos para análise do cancelamento

Este estudo emprega a abordagem qualitativa, na qual a atenção se volta para uma investigação detalhada de fenômenos sociais intrincados, inseridos em contextos particulares de elaboração de significado. De acordo com Coimbra e Martins (2013), a pesquisa qualitativa proporciona uma apreensão “integral, descritiva e interpretativa, estruturante e polissêmica” do objeto investigado, particularmente em contextos de interações sociais concretas, que ocorrem “no aqui e agora das interações sociais”. Dessa maneira, a natureza interpretativa da investigação é fundamentada pela necessidade de esclarecer as dinâmicas simbólicas, afetivas e comunicativas que permeiam a vivência dos fãs, bem como os processos de formulação de acusações e cancelamentos no ambiente digital.

Considerando as estratégias que mais se ajustam ao caso em análise e aos objetivos do estudo, optou-se pela união do Estudo de Caso com a Análise de Conteúdo. Elas se revelam, particularmente, importantes para examinar conflitos públicos entre artistas da cultura pop e seus fãs, uma vez que tais conflitos conectam o discursivo, o performático, o midiático e o afetivo, algo que não pode ser simplificado em meras descrições ou em indicadores quantitativos isolados. Nessa linha, o cancelamento é tratado como um fenômeno narrativo, estruturado em três momentos distintos - pré-conflito, conflito e pós-conflito -, passando desde a construção da imagem pública, a eclosão da crise, até o que vem depois, como pronunciamentos, pedidos de desculpas e estratégias de relações públicas.

Além dessas duas abordagens, também será incluído o *Roteiro Performático* que, em conjunto com a análise, permite a identificação das diversas camadas de atuação, enunciação, circulação e recepção que estruturam a dinâmica do caso. Essa incorporação se alinha ao que Taylor (2003) aponta, de que a performance deve ser compreendida, não apenas como objeto de análise, mas como um modo de transmissão de saberes, memórias e identidades por meio de práticas incorporadas, funcionando como uma verdadeira episteme, isto é, uma forma de conhecimento. Para a autora, a performance constitui um ato de transferência, baseado em comportamentos reiterados, por meio dos quais a cultura se atualiza e se insere nos corpos e nas cenas sociais. Desse modo, os pronunciamentos públicos, os silêncios, as desculpas e as estratégias institucionais são compreendidos nesta pesquisa como atos performáticos, dotados de efeitos simbólicos específicos na dinâmica do cancelamento.

3.1 Estudo de Caso

A opção pela metodologia do estudo de caso se deu pela maneira como esse tipo de pesquisa possibilita a exploração, descrição ou explicação de um fenômeno social significativo e complexo. Conforme sistematiza Bressan (2000), com base na definição proposta por Yin (1989), um estudo de caso é “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas” (YIN, 1989, apud BRESSAN, 2000, p. 3).

Já Ventura (2007) enfatiza que o estudo de caso permite investigar unidades específicas que são delimitadas, contextualizadas em tempo e lugar, o que possibilita reconstruir, de maneira detalhada, eventos de perspectivas complexas, algo que Coimbra e Martins (2013) apontam como um ponto que reforça o caráter interpretativo dessa metodologia. Dado que esta pesquisa examina um episódio específico e contemporâneo da cultura pop coreana - o cancelamento de um *idol* do *K-pop* - o estudo de caso mostra-se o método mais consistente para buscar acessar a complexidade das interações, discursos, performances e disputas simbólicas que podem emergir desse contexto.

Quanto à delimitação da unidade de análise do caso, Ventura (2007) aponta que esse passo, além de ser primordial no momento de escolha do caso a ser analisado, permite definir as informações do acontecimento que servirão de diretriz para a coleta de dados interpretativos. Nesta dissertação, a unidade de análise consiste em um caso específico de crise midiática envolvendo um artista do *K-pop*, observado em sua dimensão relacional, simbólica, performática e comunicacional. A delimitação foi construída segundo os critérios indicados por Bressan (2000), evitando a coleta indiscriminada de evidências e garantindo foco analítico, de modo a impedir o risco de “coletar ‘tudo’”. Para esta dissertação, estabelecemos cinco fases de análise do cancelamento do ídolo Seunghan, que consistem em:

- a) temporalidade do evento;
- b) repercussão em plataformas digitais;
- c) resposta institucional da agência;
- d) reações de fãs e mídia;
- e) sentidos produzidos no debate público.

A partir dessa delimitação e juntando as ideias dos autores analisados, fica-se evidente que a metodologia de estudo de caso demanda de múltiplas formas de evidência, algo que Bressan (2000) caracteriza como ser a capacidade de lidar com uma variedade de evidências. Aliando um método a outro, Ventura (2007) acrescenta que essa coleta pode envolver uma observação desses materiais coletados, possibilitando assim a necessidade da realização de uma análise desses conteúdos. Com essas informações em mente, esta pesquisa delimitou que as fontes a serem utilizadas serão:

- documentos públicos (notas oficiais, comunicados, cartas);
- postagens em redes sociais (Twitter/X, Instagram, TikTok);
- threads, fanbases e produções de fandom em redes sociais;
- reportagens de mídia especializada e generalista;
- registros de debates online (Reddit).

A diversidade de fontes empregadas nesta investigação respeita os preceitos da triangulação e da pluralidade metodológica, os quais são considerados essenciais para o estudo de caso conforme Coimbra e Martins (2013), pois proporcionam uma compreensão mais ampla, coerente e confiável do fenômeno analisado. A análise de conteúdo foi selecionada como método para o tratamento e a interpretação dos dados, de acordo com a mesma exigência analítica e a mesma organização sistemática do material empírico, estando diretamente associada aos princípios do estudo de caso.

3.2 Análise de conteúdo

Conforme os estudos de Ventura (2007), a análise de conteúdo configura-se como um método estruturado destinado à seleção, organização, análise e interpretação de dados, empregando categorias teórico-empíricas que foram elaboradas previamente. Conforme expresso por Coimbra e Martins (2013), essa metodologia é amplamente empregada em pesquisas acadêmicas baseadas em estudos de caso, estando presente em 90,5% das investigações examinadoras, principalmente em sua vertente qualitativa, por vezes integrando aspectos quantitativos. Ademais, Bressan (2000) destaca que a análise deve estabelecer a ligação entre as evidências empíricas e as proposições

teóricas preliminares da pesquisa, com o objetivo de esclarecer questões do tipo “como” e “por quê”, sendo a categorização sistemática um recurso essencial nessa atividade interpretativa.

No âmbito dos estudos de fãs, particularmente em contextos digitais, essa visão assume nuances que são fundamentais. Como ilustra Clarice Greco (2023), na tradição latino-americana, a Análise de Conteúdo voltada para as comunidades de fãs se conecta de maneira direta aos estudos de recepção, mantendo uma abordagem, majoritariamente, qualitativa, focada na compreensão dos afetos, das interações, das disputas simbólicas e dos laços emocionais que fundamentam os fandoms. Ao contrário da análise centrada no conteúdo das obras audiovisuais, nos estudos sobre fãs, o interesse recai sobre as conversas, publicações, comentários, debates e performances discursivas dos próprios sujeitos em rede.

Essa abordagem é enriquecida pelos trabalhos de Bardin (1977), Franco (2008) e Sampaio e Lycarião (2021), que organizam a análise de conteúdo como um procedimento categorial, estruturado em três fases: (a) a pré-análise ou formulação do problema; (b) a elaboração do plano de análise, que inclui a definição do corpus, das unidades e subunidades; e (c) a análise em si, que envolve inferência, interpretação e validação. No entanto, como ressalta Greco, nas pesquisas de fãs, essas etapas não se organizam de maneira estritamente linear, já que o próprio contato com o campo empírico pode levar a várias reavaliações das categorias e dos objetivos estabelecidos.

Entre as principais contribuições metodológicas sugeridos por Greco (2023) para o estudo de comunidades de fãs, destaca-se a categorização em camadas, que articula: (i) um panorama sobre o tema do comentário; (ii) a categoria, que diz respeito à natureza da manifestação; e (iii) as subcategorias, que registram o tom, a função e a posição do sujeito no embate simbólico. Esse modelo se mostra particularmente frutífero para investigar cancelamentos, uma vez que consegue captar, ao mesmo tempo, as disputas de significado, os confrontos morais, as hierarquias internas, as táticas de boicote, ativismo e defesa, além de comentários ambivalentes que fogem a classificações dicotômicas.

Além disso, a autora questiona o princípio da exclusão mútua das categorias, que Bardin e Franco adotam tradicionalmente, ao argumentar que, em estudos de fãs, um mesmo comentário pode se encaixar em mais de uma categoria ao mesmo tempo, já que os afetos, identidades e posições discursivas não são fixos. Essa flexibilidade é essencial para captar a ambivalência, contradição e sobreposição de significados, que permeiam os debates sobre o cancelamento. Assim,

nesta investigação, a análise de conteúdo, guiada por essa perspectiva qualitativa, processual e categórica, possibilitará:

1. a classificação dos enredos gerados por fãs, pela mídia e pelas agências;
2. o reconhecimento de padrões de discurso que se repetem;
3. a investigação das tensões, conflitos de significado e estruturas de poder moral;
4. como se dá a circulação de sentidos nas plataformas digitais.

Portanto, a técnica pretende ir além da categorização de dados e se estabelecer como uma ferramenta interpretativa essencial para decifrar os processos narrativos e performativos do cancelamento na cultura pop.

3.3 Roteiro performático

A relação entre o roteiro performático e a narrativa do cancelamento constitui um fundamento imprescindível dessa abordagem metodológica, uma vez que permite entender o cancelamento não como um acontecimento midiático isolado, mas como um processo narrativo-performático que se desenvolve em ações sucessivas. Para estabelecer esse conjunto entre dois estudos em uma metodologia de análise, foi necessário estabelecer uma junção entre os estudos sobre performance de Diana Taylor com os estudos sobre narrativas de Thiago Soares. Essas teorias se complementam para elucidar a performance como um 'comportamento restaurado' (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018), ou seja, ações que são treinadas e repetidas, formando o roteiro que o ídolo deve seguir perante o público."

A partir da união dessas teorias, foi possível montar um esquema para visualizar como as ações sucessivas podem ser divididas em três etapas principais: *antes do conflito*, *durante o conflito* e *após o conflito*. Essa organização estabelece uma comunicação direta com o conceito de que a performance de Taylor (2003), no qual esse ato serve como um meio de produzir, representar e veicular significados no ambiente público.

Tal compreensão é reforçada pelas contribuições de Soares ao tratar a música pop como performance e como modo de vida, pois, para o autor, a performance não se restringe ao palco, mas se estende à própria biografia dos artistas, de modo que “a vida é palco, o palco é vida”, indicando a indissociabilidade entre corporalidade, encenação, afetos e narrativa pública (SOARES, 2015). Dessa forma, quando conectamos essa ideia à cultura do cancelamento, ela

incide, não apenas sobre um ato específico, mas sobre uma biografia performatizada, construída ao longo do tempo no espaço midiático e nas interações com os fãs.

No período que antecede o conflito, intensificam-se as exposições direcionadas à construção da imagem pública, que envolvem a moral exemplar do artista e as expectativas simbólicas projetadas pelos fãs, a partir de uma conexão emocional que, como dito anteriormente, está relacionada à parassocialidade. Trata-se de uma época em que agências, mídias e fandoms operam de maneira integrada para manter um roteiro performático fundamentado na consistência simbólica, na qualidade e nos vínculos emocionais, de acordo com as dinâmicas delineadas por Soares (2015), nas quais a cultura pop molda comportamentos, sentimentos e narrativas através de roteiros sociais coletivamente compartilhados. Nesta fase, também se solidificam os laços de pertencimento transcultural, que são fundamentais para intensificar os investimentos afetivos e morais direcionados ao ícone.

O conflito aparece justamente no rompimento desse enredo, quando há o anúncio do evento que provoca o cancelamento. Neste momento, tanto os fãs quanto as mídias e plataformas digitais estão intensificando as práticas de acusação, julgamento, defesa, silenciamento e mobilização coletiva em relação a esse assunto. O acontecimento se converte em um drama social performatizado em rede, configurado por enquadramentos éticos, conflitos narrativos, viralização e polarizações simbólicas. O evento desse conflito se transforma em um drama social encenado online, transformando-se em uma ruptura. De acordo com Amaral, Soares e Polivanov (2018), essas batalhas demonstram que a performance é um terreno dinâmico, uma arena de forças onde os fãs e a mídia pressionam o que é visto como uma conduta 'autêntica' ou 'aceitável' dentro do roteiro pop.

A fase subsequente ao conflito foi analisada a partir de um conjunto de dimensões analíticas que orientam a compreensão do pós-cancelamento enquanto processo narrativo-performático, a saber: (a) *temporalidade do evento*; (b) *repercussão em plataformas digitais*; (c) *resposta institucional da agência*; (d) *reações de fãs e mídia*; e (e) *sentidos produzidos no debate público*. Nesse período, observaram-se as iniciativas voltadas à recuperação da imagem pública do artista, incluindo declarações oficiais, pedidos de desculpas, comunicados institucionais, afastamentos temporários e tentativas de reintegração no espaço midiático, correspondentes sobretudo à etapa de *resposta institucional da agência*. De acordo com Taylor

(2003), esses movimentos são compreendidos como atos essenciais de transmissão cultural, que entrelaçam o arquivo (documentos, comunicados, registros midiáticos) e o repertório (gestos, emoções, práticas coletivas, reações do público). Assim, o período pós-cancelamento não representa apenas um encerramento, mas configura uma nova etapa de reintegração performática do sujeito no domínio simbólico.

Desse modo, o roteiro performático é configurado como um método que organiza, de maneira analítica, a sequência narrativa do cancelamento, permitindo a observação de como cada fase - *pré-acontecimento*, o *acontecimento em si* e *pós* - mobiliza performances específicas, distintos agentes e disputas simbólicas particulares. Por conseguinte, torna-se essencial incluir uma narrativa sobre a cultura do cancelamento, a qual proporcionará uma compreensão mais aprofundada da dramaticidade desses eventos. Ao integrar essas metodologias, é possível analisar, não apenas os acontecimentos em si, mas, principalmente, a forma como o caso foi exibido, dramatizado e atribuído de significado social, o que se revela essencial para a compreensão dos fenômenos da cultura popular contemporânea.

Nesse sentido, as contribuições de Massarolo (2013), acerca da concepção de um storytelling transmídia oferece uma contribuição essencial, caracterizando a narrativa contemporânea como um paradigma cultural da convergência, que se estrutura pela circulação de fragmentos narrativos em várias plataformas, pela participação ativa do público e pela criação de universos narrativos complexos e abertos. O autor mostra que, no modelo transmídia, as mídias não apenas contam a mesma história, mas sim constroem significados adicionais, reestruturando os papéis tradicionais de quem produz e quem consome. Este método procura capturar o que Amaral, Soares e Polivanov (2018) definem como a dimensão processual da performance, em que o analista precisa prestar atenção não só ao resultado final, mas também às camadas de negociação de significado que emergem nas plataformas digitais. O roteiro performático foi utilizado para reconstruir o caso a partir de diferentes camadas performativas, compreendendo:

- ações públicas do artista e da agência: comunicados, cartas, declarações e gestos corporificados;
- performance dos fãs: hashtags, campanhas, *fanwars*, boicotes e apoio estruturado;

- performance midiática: enquadramentos, moralizações e dramatizações;
- performances das plataformas: regras algorítmicas, viralização e silenciamentos;
- elementos estéticos e simbólicos: linguagens visual, corporal e discursiva;
- relação entre arquivo e repertório: documentos versus práticas performadas.

O objetivo desse procedimento é compreender como o caso é encenado, e não apenas descrever os fatos, aspecto central para os estudos da cultura pop.

3.3.1 Aplicação dos conceitos de Performance ao K-pop

Considerando como a ideia de performance pode ser aplicada ao universo do *K-pop* e sua indústria, essa representação atua como um mecanismo fundamental nas interações sociais e na mídia. Os ídolos seguem normas de comportamento muito rígidas; as agências colocam em prática, de maneira institucional, seus protocolos de gerenciamento de imagem e de crises; os fãs realizam práticas coletivas de apoio, boicote, lealdade e vigilância moral; e a mídia dramatiza, enquadra e intensifica os acontecimentos. Assim, o cancelamento é entendido, neste estudo, como uma performance cultural multifacetada, marcada por:

- narrativas de culpa e inocência;
- ritualizações de desculpas;
- mobilizações afetivas em rede;
- gestos simbólicos de reparação;
- disputas entre **arquivo** (evidências documentais) e **repertório** (afetos e práticas coletivas), conforme a proposição de Taylor.

Para organizar de forma analítica a relação entre a narrativa do cancelamento e as camadas performáticas acionadas em cada fase do processo, a *Tabela 2- Síntese da articulação entre Ato Narrativo e Camadas Performáticas* resume os três atos narrativos - anterior, durante

e pós-conflito - e suas respectivas ênfases analíticas. As categorias apresentadas foram construídas a partir da articulação entre o estudo de caso, o referencial do *storytelling do cancelamento* (TABASNIK, 2023) e a noção de *roteiro performático* (SOARES, 2015), o que permite compreender o cancelamento como um processo narrativo-performático estruturado em atos sucessivos. Com esse quadro, é possível observar, de maneira clara, como o cancelamento se configura como um processo narrativo-performático, destacando os agentes que mais frequentemente participam, as diversas performances que são ativadas e os principais eixos simbólicos que orientam a construção de significados em cada etapa.

Tabela 2- Síntese da articulação entre Ato Narrativo e Camadas Performáticas

Ato Narrativo do Cancelamento	Camadas Performáticas Predominantes	Ênfase Analítica
Antes do conflito	Artista, agência, fãs, mídia	Construção da imagem pública, expectativas morais, engajamento afetivo e narrativas positivas.
Durante o conflito	Artista, agência, fãs, mídia, plataformas	Ruptura do script performativo, acusações, disputas narrativas, <i>fanwars</i> , dramatização e viralização.
Depois do conflito	Artista, agência, fãs, mídia, arquivo-repertório	Pedidos de desculpas, estratégias de reparação, tentativas de retorno, disputas entre documentos e práticas afetivas.

Fonte: Elaborado pela autora, a partir da articulação entre estudo de caso, storytelling do cancelamento (TABASNIK,2023) e roteiro performático (SOARES, 2015).

3.4 Sistema de Categorias de Análise

O sistema de categorias de análise desta pesquisa foi elaborado a partir da articulação entre as metodologias de Análise de Conteúdo, Estudo de Caso e Roteiro Performático, considerando o cancelamento como um fenômeno narrativo-performático, que é marcado por disputas simbólicas, mobilizações afetivas e estratégias institucionais de gestão da imagem pública. Todo o referencial teórico-metodológico, apresentado ao longo deste trabalho, foi imprescindível para a construção das categorias de análise, especialmente a partir das contribuições de Bardin (1977), Franco (2008), Greco (2023), Taylor (2003) e Soares (2015), dialogando diretamente com os estudos de fãs e com as dinâmicas comunicacionais da cultura pop.

Em consonância com a perspectiva qualitativa adotada, as categorias não são compreendidas como compartimentos rígidos e mutuamente excludentes, mas como estruturas analíticas flexíveis, passíveis de sobreposição, deslocamento e ambivalência, conforme indica Greco (2023) ao tratar das disputas afetivas e simbólicas que atravessam os fandoms em ambientes digitais. Assim, um mesmo enunciado, postagem ou performance pode ser enquadrado, simultaneamente, em mais de uma categoria, respeitando a complexidade dos fenômenos analisados.

O sistema categorial que será aplicado nesta análise, organiza-se em três níveis articulados: (i) as macro-categorias teóricas, que estruturam os grandes eixos interpretativos da análise; (ii) as categorias operacionais, diretamente aplicáveis ao material empírico; e (iii) as subcategorias analíticas, que permitem a identificação dos tons, funções discursivas e posições dos sujeitos nas disputas simbólicas. Além disso, as categorias serão analisadas, transversalmente, às três fases do roteiro performático do cancelamento - antes do conflito, durante o conflito e depois do conflito -, conforme delineado no item 3.3.

As *macro-categorias* teóricas que orientam a análise são:

- a) Narrativa do Cancelamento;
- b) Performance Social e Midiática;
- c) Disputas Simbólicas e Morais;
- d) Dinâmicas Afetivas do Fandom;

- e) Estratégias Institucionais de Gestão de Crise;
- f) Circulação e Mediação Algorítmica dos Sentidos.

A partir desses eixos, foram derivadas as *categorias operacionais*, construídas de modo a permitir a codificação sistemática do corpus empírico, composto por postagens em redes sociais, comunicados institucionais, reportagens midiáticas e debates em plataformas digitais. Entre as principais categorias operacionais, destacam-se: construção da imagem pública, expectativa moral, idealização, acusação, julgamento moral, polarização, *fan war*, viralização, silenciamento, defesa, boicote, apoio, pedidos de desculpas, estratégias de reparação, tentativas de retorno e reintegração simbólica. Para sistematizar o percurso analítico e tornar visível a organização das categorias empregadas com base nos conceitos de Greco (2023), a Tabela 3 sintetiza a relação entre macro-categorias teóricas, categorias operacionais e categorias de reparação que orientam a análise do caso.

Tabela 3 - Sistema categorial da análise do cancelamento no *K-pop*

Macro-categorias teóricas	Categorias operacionais	Categorias de reparação
Narrativa do Cancelamento	Construção da imagem pública; Acusação; Julgamento moral; Dramatização do conflito; Disputa de narrativas;	Ressignificação narrativa; normalização discursiva; reescrita da imagem pública.
Performance Social e Midiática	Exposição pública; Silenciamento; Viralização; Performance de posicionamento.	Performance reparatória; Gestão da visibilidade; Controle da exposição midiática.
Disputas Simbólicas e Morais	Expectativa moral; Polarização; Fanwar; Ativismo moral; Boicote.	Discurso de redenção; Perdão condicionado; Reposicionamento ético.
Dinâmicas Afetivas do Fandom	Idealização; Engajamento afetivo; Apoio; Defesa; Frustração; Ataque afetivo.	Reconstrução do vínculo afetivo; Empatia performativa; Reaproximação simbólica.

Estratégias Institucionais de Gestão de Crise	Comunicados institucionais; Pedidos de desculpas; Afastamento temporário; Estratégias de reparação.	Tentativas de retorno; Reintegração simbólica; Reposicionamento institucional.
Circulação e Mediação Algorítmica dos Sentidos	Amplificação algorítmica; Hashtags; Engajamento massivo; Viralização.	Redirecionamento algorítmico; Esvaziamento do conflito; Atenuação da visibilidade.

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Essas categorias são ainda organizadas segundo a temporalidade narrativa do cancelamento. Quando presentes na fase anterior ao conflito, predominam categorias relacionadas à construção da imagem pública, ao engajamento afetivo, à idealização do artista e às expectativas morais projetadas pelos fãs. Durante o conflito, intensificam-se as categorias de acusação, julgamento, polarização, *fanwars*, dramatização midiática, ativismo moral e viralização. Por fim, no pós-conflito, tornam-se centrais as categorias relativas às estratégias de reparação, pedidos de desculpas, disputas de narrativa, perdão condicionado, tentativas de retorno e processos de reintegração performática.

Em conformidade com a noção de “categorias em camadas” proposta por Greco (2023), a análise considera três níveis simultâneos: (i) o tema da manifestação; (ii) a natureza da ação discursiva (acusação, defesa, apoio, boicote, silenciamento); e (iii) a função simbólica do enunciado (punitiva, protetiva, militante, afetiva, institucional). Esse modelo possibilita apreender, de modo mais refinado, as múltiplas posições ocupadas pelos sujeitos nas controvérsias, bem como as contradições, ambivalências e deslocamentos que caracterizam os debates digitais sobre o cancelamento.

Além disso, o sistema categorial incorpora a tensão entre arquivo e repertório, conforme a proposição de Taylor (2003), permitindo distinguir entre evidências documentais (prints, vídeos, notas oficiais, reportagens) e performances incorporadas (emoções coletivas, campanhas de apoio, mobilizações afetivas, protestos simbólicos). Essa distinção é fundamental para compreender como os sentidos do cancelamento são produzidos tanto por registros materiais quanto por práticas performadas em rede.

Dessa forma, o sistema de categorias de análise constitui-se como um instrumento interpretativo central desta pesquisa, viabilizando a leitura articulada entre narrativa, performance, afetos e disputas morais. Mais do que classificar dados, as categorias operam como chaves analíticas para a compreensão dos processos simbólicos, comunicacionais e culturais que estruturam o fenômeno do cancelamento no *K-pop* contemporâneo.

Tabela 4 - Sistema Sintetizado de Categorias de Análise

Macro-categoria	Categoria Operacional	Definição Sintética	Fase do Cancelamento
Narrativa do Cancelamento	Construção da imagem	Produção simbólica da imagem pública antes da crise.	Antes
Narrativa do Cancelamento	Eclosão do conflito	Ruptura do enredo com a divulgação do acontecimento.	Durante
Narrativa do Cancelamento	Pós-cancelamento	Reorganização simbólica, disputas e tentativas de retorno.	Depois
Performance Social e Midiática	Performance do artista	Pronunciamentos, silêncios, pedidos de desculpas e gestos públicos.	Todas
Performance Social e Midiática	Performance da agência	Estratégias institucionais de gestão da crise.	Durante / Depois
Performance Social e Midiática	Performance dos fãs	Mobilizações coletivas, apoio, boicotes e fanwars.	Todas
Disputas Simbólicas e Morais	Acusação / Julgamento	Produção de culpa, condenação e enquadramentos éticos.	Durante
Disputas Simbólicas e Morais	Defesa	Proteção simbólica e construção de contra-narrativas.	Durante
Dinâmicas Afetivas do Fandom	Lealdade / Decepção	Vínculos, frustrações e rupturas afetivas.	Todas

Estratégias Institucionais	Pedido de desculpas / Reparação	Atos de retratação e tentativas de recomposição da imagem.	Depois
Circulação dos Sentidos	Viralização	Amplificação algorítmica dos discursos.	Durante
Circulação dos Sentidos	Desinformação / Especulação	Rumores, disputas de versões e narrativas não verificadas.	Durante
Arquivo × Repertório	Arquivo	Registros documentais (prints, vídeos, reportagens).	Todas
Arquivo × Repertório	Repertório	Emoções coletivas, campanhas e práticas afetivas.	Todas

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A Tabela 4 sintetiza o sistema categorial que orienta a leitura analítica do corpus, articulando macro-categorias teóricas, categorias operacionais, fases do roteiro performático e fontes empíricas. Ressalta-se que as categorias não operam de forma excludente, podendo um mesmo excerto ser analisado sob múltiplos eixos simultaneamente, em consonância com a perspectiva processual e interpretativa adotada. As categorias acima foram operacionalizadas no corpus empírico das postagens do X e aplicadas de forma detalhada no capítulo de análise.

Capítulo 4: Análise do Caso Seunghan

Este capítulo tem como objetivo central analisar, de forma sistemática e interpretativa, as narrativas que se constituíram em torno do cancelamento do *idol* Seunghan, ex-integrante do grupo RIIZE, articulando-as aos referenciais teóricos, previamente discutidos, sobre parassocialidade (HORTON & WOHL, 1956), cultura de fãs (HILLS, 2015), visibilidade (SIBILIA, 2008), gestão da intimidade (KARHAWI, 2017) e cultura do cancelamento (TABASNIK, 2020) e seguindo as metodologias previamente apresentadas.

Podemos partir do entendimento de que os episódios de cancelamento, no contexto do *K-pop*, não se configuram como acontecimentos isolados, mas como processos sócio comunicacionais complexos, atravessados por disputas simbólicas, normas morais, regimes de visibilidade e dinâmicas afetivas, próprias dos fandoms. A análise proposta fundamenta-se na perspectiva de que a cultura do cancelamento opera como uma forma contemporânea de julgamento público, intensificada pelas plataformas digitais e estruturada em fases, conforme sistematizado por Tabasnik (2020). Nesse regime, os “cancelados” - artistas, influenciadores ou figuras públicas - e os “canceladores” - audiências ativas que avaliam e sancionam performatividades públicas - disputam o controle das narrativas, instaurando aquilo que a autora denomina como “guerra de informações”, na qual o que está em jogo não é apenas a veracidade dos fatos, mas a gestão da percepção coletiva.

No contexto do *K-pop*, essas interações assumem características particulares devido ao acordo parassocial que se estabelece entre ídolos e seus fãs, conforme explorado a partir das obras de Horton e Wohl, de Edgar Morin e das pesquisas recentes sobre a cultura pop, celebridades e fandom. A expectativa de imaculabilidade, autocontrole moral e transparência emocional em relação aos idols, torna qualquer fissura nesse ideal particularmente sensível, de modo que a exposição de elementos da vida privada, ainda que anteriores à ascensão à fama, são frequentemente lidas como uma séria violação do contrato simbólico firmado com os fãs.

Assim, este capítulo analítico busca entender como se constroem as narrativas do cancelamento em relação a Seunghan, levando em conta os diversos participantes (fãs locais, fãs estrangeiros, mídia, a empresa de entretenimento e o próprio artista), além das disputas de significado que surgem entre apoio, boicote, defesa moral, punição simbólica e gerenciamento de crise. O episódio é abordado, portanto, não apenas como uma polêmica isolada, mas como um

evento midiático que encapsula conflitos mais amplos da cultura digital, da indústria do entretenimento e dos fandoms globais.

A metodologia da pesquisa se baseia na junção entre estudo de caso, análise de conteúdo e roteiro performático, o que possibilita a observação do fenômeno em três momentos distintos - antes, durante e após o cancelamento- , mapeando gatilhos causadores, enquadramentos narrativos, respostas das instituições, reações dos fãs e os efeitos simbólicos gerados na carreira do artista. Com isso, busca-se mostrar como as relações parassociais, quando marcadas por crises de imagem, se tornam práticas de vigilância, punição moral e exclusão simbólica.

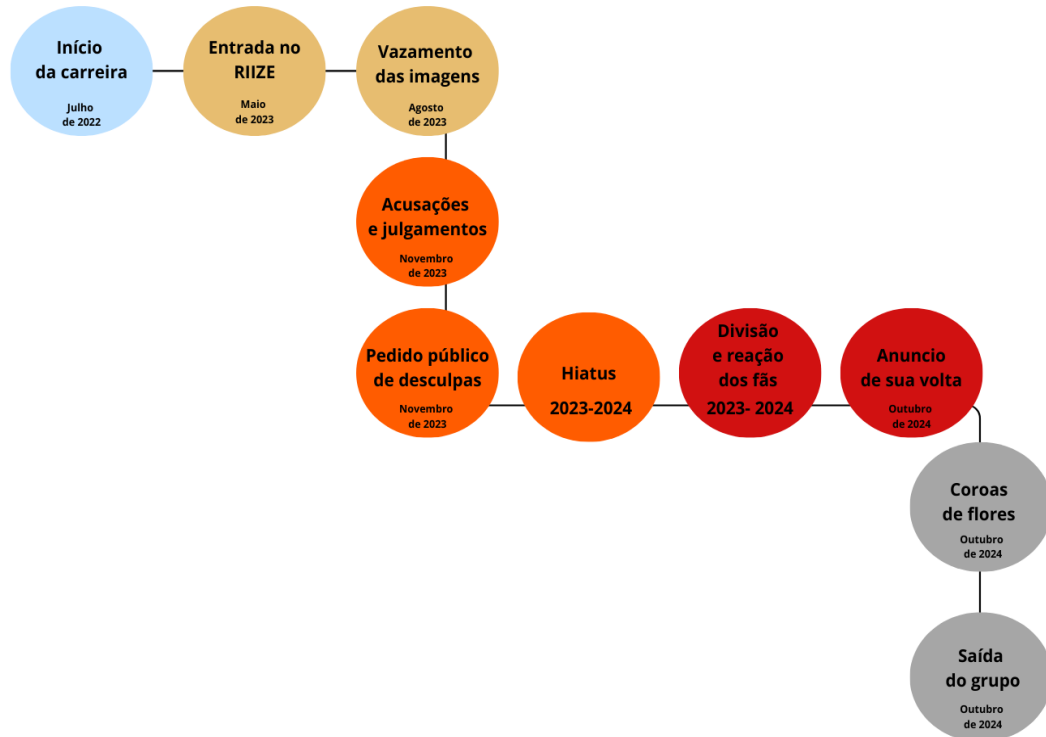
Ao centrar-se no caso de Seunghan, este capítulo também permite refletir sobre os impactos do cancelamento nas comunidades de fãs, nas lógicas de consumo, nas estratégias corporativas das agências de entretenimento e na própria redefinição das fronteiras entre público e privado no K-pop. A análise que se segue não tem caráter moralizante, mas interpretativo, interessada em compreender os sentidos sociais, afetivos e culturais que se produzem nesse tipo de acontecimento.

4.1 O estudo do caso narrativo do cancelamento de Seunghan

O caso envolvendo Hong Seunghan, ex-integrante do grupo sul-coreano RIIZE, tornou-se, entre 2023 e 2024, um dos episódios mais ilustrativos das dinâmicas de cancelamento e das disputas simbólicas no universo do *K-pop*. Sua repercussão ultrapassou a dimensão individual e evidenciou tensões estruturais entre indústria, fãs e mídia, atravessadas por relações parassociais, práticas de vigilância e expectativas culturais que condicionam o comportamento dos artistas e a recepção pública de suas ações.

Este subcapítulo tem como objetivo apresentar, de forma mais aprofundada e contextualizar o caso Seunghan, que constitui o objeto empírico central deste estudo de caso. Para isso, se faz necessária a reconstituição cronológica dos eventos mais significativos que integram o episódio de cancelamento do artista, desde sua trajetória inicial no grupo, até os desdobramentos que resultaram em sua saída. Considerando a complexidade do fenômeno e a diversidade de agentes envolvidos, decidiu-se por estruturar, antecipadamente, os eventos em uma síntese visual de natureza cronológica. A tabela a seguir organiza os principais marcos do caso, atuando como um recurso auxiliar para a interpretação da narrativa descritiva detalhada que será elaborada posteriormente.

Figura 2 - Cronologia dos acontecimentos



Fonte: Elaborada pela autora (2025)

A imagem apresenta a sequência cronológica dos principais acontecimentos relacionados ao cancelamento do artista Seunghan, desde o início de sua trajetória pública até os desdobramentos que culminaram em sua saída do grupo. Conforme resumido na linha do tempo apresentada, ao longo do período analisado, membros da comunidade de fãs do grupo RIIZE começaram a expressar, publicamente, sua insatisfação em relação, tanto ao artista, quanto a empresa que o agenciava, engajando-se em ações como o envio de coroas de flores à sede da SM Entertainment, acompanhadas de mensagens que exigiam sua saída, além de convocações para boicotes e, em certos casos, ameaças de morte. Esses eventos provocaram vigorosas interações e discussões em diversas plataformas digitais, evidenciando disputas internas, polarizações e assimetrias de posicionamento no fandom. A exposição minuciosa desses acontecimentos, assim como suas repercussões simbólicas e narrativas, foi elaborada posteriormente, com o intuito de auxiliar na compreensão das dinâmicas que definem o fandom contemporâneo.

Seunghan foi formalmente apresentado como membro da equipe de *trainees* SMROOKIES em julho de 2022, ao lado de outros dois aspirantes a ídolos: Eunseok e Shohei⁵². Em maio de 2023, a SM Entertainment, uma das principais empresas de *K-pop* da Coreia do Sul, que tem sob sua responsabilidade renomados grupos de *K-pop* - grupos como SuperJunior, Girls Generation, SHINEE, EXO, NCT e Aespa- e que é referência na globalização desse gênero musical, anunciou a formação do novo grupo masculino RIIZE, que foi lançado oficialmente em setembro de 2023. A denominação do grupo, que une os termos "RISE" e "REALIZE", representa o desenvolvimento conjunto e a realização de aspirações.

Junto com a estreia oficial do RIIZE, o grupo lançou seu primeiro single álbum, "*Get A Guitar*", composto por sete membros: Shotaro, Eunseok, Sungchan, Wonbin, Sohee, Seunghan e Anton. O grupo já foi formado permeado por diversas polêmicas dentro da empresa e do universo do K-Pop por ter entre seus integrantes, artistas que faziam parte de outro grupo da mesma companhia, o NCT Tokyo, projeto de grupo análogo ao NCT⁵³.

Na primeira quinzena de novembro de 2023, apenas dois meses após a estreia do grupo RIIZE, Seunghan tornou-se alvo de uma série de controvérsias em razão do vazamento de fotos e vídeos de sua vida pessoal, registrados antes de seu debut, divulgados inicialmente por uma *sasaeng*. As primeiras imagens, que circularam ainda em agosto de 2023, mostravam o artista ao lado de sua ex-namorada e foram acompanhadas por rumores de que a jovem seria menor de idade, informação posteriormente desmentida pela SM Entertainment. Na ocasião, a empresa divulgou uma nota oficial e o próprio artista publicou uma carta de desculpas. Contudo, a situação se agravou quando, já em novembro, novas imagens vieram a público, agora eram vídeos, um mostrando Seunghan fumando em vias públicas no Japão e o outro mostrava o cantor em uma videochamada com o cantor Soobin do grupo Tomorrow by Together (TXT) da Hybe Corporation⁵⁴, os dois

⁵² Como Seunghan, Eunseok também virou integrante do RIIZE, enquanto Shohei virou multitalento da empresa, atuando assim não só como cantor solo, mas como potencial apresentador de programas de entretenimento.

⁵³ *RIIZE: SM Entertainment's new boy group hopes to 'exceed expectations'*", *CNA Lifestyle* (Channel News Asia), publicado em 13 abr. 2023. Disponível em: <https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/entertainment/riize-sm-entertainment-boy-group-367021>. Acesso em: 5 dez. 2025.

⁵⁴ *Did TXT's Soobin and RIIZE's Seunghan badmouth LE SSERAFIM's Eunhae during a private live stream? Here's the truth!*" *Times of India*, 17 nov. 2023. Disponível em: <https://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/k-pop/music/news/did-txts-soobin-and-riizes-seunghan-badmouth-le-sserafims-eunhae-during-a-private-live-stream-heres-the-truth/articleshow/105275238.cms>. Acesso em: 5 dez. 2025.

também tiveram uma imagem vazada de uma conversa. O conjunto desses episódios gerou fortes reações negativas entre os netizens, sobretudo por ocorrer em um momento sensível, marcado pelo início da trajetória pública do grupo, o que intensificou as críticas à imagem do artista e às estratégias de contenção adotadas pela agência.

Figura 3– Compilação das imagens de Seunghan que foram vazadas



Fonte: Weverse 11 de out. 2024. Adaptado pela autora

A figura 3 mostra um compilado das imagens que foram vazadas do artista e print da conversa de Seunghan com Soobin do grupo TXT, o outro artista que ele havia feito a chamada de vídeo. As imagens acima foram utilizadas, exclusivamente, como documentos de análise da circulação narrativa e midiática do cancelamento, tendo sido tratadas de forma ética, com anonimização de terceiros e contextualização acadêmica. No dia 22 de novembro de 2023, a SM Entertainment comunicou a interrupção indefinida das atividades de Seunghan, ressaltando que o ídolo estava "sinceramente arrependido" e contemplava os transtornos ocasionados. A decisão de afastamento foi estabelecida de maneira consensual, com a empresa admitindo inadequações na

administração de seus artistas, principalmente durante o período anterior ao debut. A formação do grupo manteve-se como um sexteto após a saída de Seunghan.

Após o anúncio da suspensão de Seunghan, o RIIZE continuou suas atividades como um grupo de seis membros. Em 24 de novembro de 2023, o grupo realizou sua primeira performance como sexteto no evento *LoveYourW 2023 Gala*, promovido pela *W Korea*. Posteriormente, em 27 de novembro de 2023, o canal oficial do RIIZE no YouTube lançou o episódio 11 da série *Rise & Realize*, editando Seunghan do conteúdo. Episódios subsequentes também seguiram com foco apenas nos seis membros ativos.

Em 6 de dezembro de 2023, foi anunciado o lançamento do single digital *Love 119*, marcado para 5 de janeiro de 2024, confirmado como um retorno do grupo com seis integrantes. Entre 13 e 27 de janeiro de 2024, foi lançada a segunda temporada da *web novel Rise & Realize* na Kakao Page, onde Seunghan foi brevemente mencionado como "um membro que não pôde continuar as atividades do grupo devido a condições adversas."

A partir de março de 2024, o planejamento de atividades do grupo continuou sem menção a Seunghan. Em 3 de abril, o cronograma do *comeback* de abril e do mini álbum *RIIZING*, com lançamento previsto para junho, foi divulgado. As partes de Seunghan na faixa *Siren* foram regravadas por outros integrantes, e materiais promocionais do grupo, incluindo o trailer conceitual e a turnê *Fan-Con Tour* (maio-agosto de 2024), excluíram o artista.

Seunghan também foi retirado ou minimizado em diversas parcerias comerciais. Em dezembro de 2023, o RIIZE foi anunciado como embaixador da *Louis Vuitton*, agora com seis membros. Outras colaborações, como as realizadas com as marcas *Lotte Duty Free* (varejo duty free), *Geske Beauty* (cosméticos e tecnologia de cuidados com a pele), *Bacchus Jelly* (suplemento energético), *Woori Bank* (serviços financeiros), *Etude House* (cosméticos) e *BENCH* (moda e vestuário), seguiram sem sua presença. Em janeiro de 2024, a revista *Numéro TOKYO* cortou fotos individuais de Seunghan e uma entrevista curta do artista dos conteúdos digitais.

Em março de 2024, importantes fanbases internacionais do RIIZE começaram um boicote a conteúdos oficiais e às redes sociais do grupo, exigindo uma declaração da SM Entertainment sobre o status de Seunghan. No final do mês, Seunghan foi visto lendo cartas de fãs em um anúncio de apoio organizado por fãs, na estação de metrô Seoul Forest, próxima à SM Entertainment, alimentando especulações sobre sua condição.

Esses eventos ilustram as implicações amplas e contínuas da controvérsia, tanto no planejamento estratégico do grupo quanto em sua relação com os fãs e marcas parceiras, destacando as complexas dinâmicas envolvidas na gestão de crises no *K-pop*. Quase um ano após, em 10 de outubro de 2024, a SM Entertainment confirmou que Seunghan voltaria a atuar com o RIIZE em novembro. Contudo, três dias depois, foi comunicado que ele optou por deixar o grupo, justificando que sua saída seria, de certa forma, vantajosa para os demais integrantes e para os fãs, algo que os pouparia de mais infortúnios referentes à situação de Seunghan.

4.1.1 A resposta dos fãs aos acontecimentos

Após a estreia do grupo, os protestos se intensificaram, com admiradores remetendo coroas de flores à SM Entertainment, demandando a saída de Seunghan. Conforme debates no fórum *r/kpopthoughts*, a prática de enviar coroas de flores brancas na Coreia do Sul como forma de protesto no universo do *K-pop* emergiu nos últimos anos, ressignificando seu uso tradicional em funerais.

Inicialmente vinculadas ao luto, essas coroas brancas começaram a ser utilizadas por admiradores como uma forma de expressar insatisfação em relação a decisões de empresas ou atitudes de artistas. O fórum apresenta exemplos recentes, como em maio de 2024, em que admiradores do BTS enviaram coroas de flores à sede da HYBE Labels em protesto contra declarações atribuídas à produtora do grupo New Jeans, Min Hee-jin, que, supostamente, relacionavam o grupo à manipulação de classificações em paradas musicais, além de ameaças de divulgação de informações pessoais dos integrantes do *BTS*. Antes de serem adotadas pelos admiradores de *K-pop*, essas coroas já haviam sido empregadas em manifestações contra políticos, a Associação Coreana de Futebol e equipes de e-sports, funcionando como uma maneira tradicional de manifestar dissidência. A seguir, a imagem 4 exibe fãs em frente à SM Entertainment com coroas de flores brancas, protestando pela saída de Seunghan do grupo RIIZE, simbolizando descontentamento no *K-pop*.

Figura 4 – Imagem das coroas de flores



Fonte: *Hit Magazine*. 11 de out. 2024. Adaptado pela autora.

O contexto intensificou-se com ameaças de morte e boicotes, evidenciando a hostilidade vivenciada por ídolos em circunstâncias controversas. Quando a companhia comunicou a saída de Seunghan do grupo, uma decisão caracterizada como consensual, porém criticada por falhas na proteção de seus artistas. A repercussão desse episódio também afetou a imagem do grupo RIIZE.

Em novembro de 2024, a SM Entertainment anunciou suas intenções de promover a estreia individual de Seunghan em 2025, sugerindo uma estratégia para reavaliar a imagem do artista e facilitar sua reintegração junto ao público. A situação suscitou discussões acerca da cultura do cancelamento, da função das redes sociais na intensificação de controvérsias e da responsabilidade das corporações em resguardar o bem-estar de seus artistas, além de questionar a forma de conciliar as exigências culturais locais e globais no *K-pop*.

O episódio também exemplifica o aumento da utilização de protestos simbólicos pelos admiradores de *K-pop* para demandar maior consideração por parte das empresas e maior participação nas deliberações referentes aos artistas. Entretanto, também suscita indagações acerca dos efeitos adversos desse tipo de manifestação no espaço público.

Em relação a Seunghan, ex-membro do grupo de *K-pop* RIIZE, as coroas de flores direcionadas à sede da SM Entertainment, em 2023, transformaram-se em um emblema de contestação quanto à sua permanência na formação. Essas coroas, historicamente ligadas ao luto, foram reinterpretadas pelos fãs insatisfeitos, que as empregaram como um meio de exercer pressão

pública, acompanhadas de mensagens contundentes, ameaças de boicote e até mesmo de morte. O protesto ganhou origem a partir da divulgação de imagens e vídeos da vida privada de Seunghan, os quais expuseram comportamentos considerados impróprios para um ídolo do *K-pop*, como o ato de fumar e a manutenção de um relacionamento amoroso. As referidas imagens provocaram críticas acentuadas, principalmente entre os admiradores coreanos, que interpretaram a conduta como uma ofensa às estritas normas culturais e comportamentais do *K-pop*. O episódio ressalta de que modo as coroas de flores podem ultrapassar seu significado convencional, desempenhando uma função relevante nas interações sociais da Coreia do Sul, especialmente no âmbito da cultura de fãs.

Em um fórum de debate sobre o grupo RIIZE no Reddit, constata-se o aumento do descontentamento de uma parcela considerável dos fãs, que se expressou através de coroas de flores enviadas à SM Entertainment, solicitando a exclusão de Seunghan do grupo. O protesto se tornou mais intenso com ameaças de morte e boicotes direcionados ao grupo, o que provocou uma discussão acerca dos limites da manifestação dos admiradores e dos efeitos das redes sociais na potencialização de polêmicas. A situação tornou-se ainda mais complicada quando, em outubro de 2024, a SM Entertainment divulgou a saída de Seunghan do grupo, em decorrência de pressões internas e externas, o que foi amplamente interpretado como uma tentativa de apaziguar os fãs insatisfeitos; entretanto, essa decisão também suscitou críticas à postura da empresa em relação à proteção de seus artistas.

As coroas de flores, neste contexto, representam uma metáfora para a "morte" simbólica da trajetória ou da imagem de um ídolo, evidenciando a forma como os fãs, frequentemente com intenso entusiasmo, buscam influenciar ou até impor as decisões das empresas. Esse tipo de manifestação ilustra de que modo os admiradores podem se considerar autorizados a exigir transformações significativas e como a indústria do K-pop, em função de sua incessante pressão por uma imagem impecável e um comportamento irrepreensível, frequentemente se submete a tais exigências, como demonstrado no caso de Seunghan.

No âmbito do incidente envolvendo Seunghan, ex-membro do grupo de *K-pop* RIIZE, o fandom, denominado Briize, experimentou uma ruptura interna em razão de diferenças de opinião entre os admiradores. Essa segmentação evidencia um fenômeno denominado fan wars, ou "guerras de fãs". O conceito é passível de ser definido como disputas intensas e, frequentemente, públicas, entre distintas facções de admiradores que apresentam visões divergentes acerca de um artista, grupo ou situação específica. No artigo intitulado "At War for Oppa and Identity: Competitive

Performativity Among Korean-Pop Fandoms”, Brittany Tinaliga (2018) elucida as fanwars como expressões de uma "performatividade competitiva", nas quais os admiradores, não apenas se empenham em defender ou exaltar seus ídolos, mas também afirmam suas identidades como coletividade. Neste contexto, as guerras entre fãs ultrapassaram limites geográficos, posicionando adeptos nacionais e internacionais em lados antagônicos do embate.

No incidente relacionado a Seunghan, uma parcela significativa dos admiradores que realizaram o protesto com coroas de flores, demandando sua exclusão do grupo, era predominantemente formada por fãs locais sul-coreanos. Esses admiradores, culturalmente em conformidade com os padrões rigorosos de conduta esperados na indústria do *K-pop*, sustentavam que, após um ano de afastamento de Seunghan, sua permanência no RIIZE não se mostrava mais adequada. Com o intuito de expressar sua revolta, esses admiradores enviaram arranjos florais à sede da SM Entertainment, vinculando a ação ao "luto" simbólico pela "extinção" de sua trajetória profissional. A circunstância recebeu ainda maior destaque quando foram divulgados vídeos de Seunghan contemplando as coroas à noite, exacerbando as tensões no interior do fandom e expandindo o alcance da controvérsia.

Em contrapartida, admiradores de diversas partes do mundo, que pleiteavam a reintegração de Seunghan à formação do grupo, se organizaram em reação aos protestos, intensificando as disputas entre os fãs. No decorrer da noite, quando as coroas estavam desprotegidas, alguns desses admiradores praticaram atos de vandalismo, em uma tentativa de se opor às exigências dos apreciadores locais. Essa resposta, além de evidenciar a segmentação no fandom do RIIZE, envolveu também admiradores de outros grupos de *K-pop*, ressaltando a habilidade das disputas entre fãs de atrair a atenção de comunidades externas ao fandom original. Entretanto, a presença de fãs internacionais que residem na Coreia do Sul, nessas mobilizações foi considerada problemática, uma vez que o país proíbe a participação de estrangeiros, mesmo aqueles que possuem visto, em manifestações. Tal imposição legal implica que os infratores estejam sujeitos à detenção e à anulação de seus vistos.

Diante da forte pressão dos fãs locais, a SM Entertainment comunicou a exclusão de Seunghan da formação do grupo, uma determinação que provocou reações imediatas das comunidades de fãs internacionais. Essas comunidades de fãs promoveram uma série de mobilizações para contestar a decisão da empresa, reafirmando as dinâmicas de rivalidade entre fãs. Dentre as iniciativas mais destacadas, encontrava-se o envio de um veículo de carga equipado

com um painel de LED que apresentava a mensagem: “*International fans spend money too*” (“Fãs internacionais também gastam dinheiro”). Ademais, os admiradores internacionais realizaram boicotes à aquisição de produtos físicos da banda no mercado mundial. Em estabelecimentos físicos, foram afixadas etiquetas informativas sobre o boicote em produtos do grupo; simultaneamente, em plataformas online e lojas especializadas, os itens vinculados ao RIIZE ficaram temporariamente indisponíveis para aquisição.

Figura 5 – Caminhão com telão de LED enviado pelas fãs internacionais



Fonte: RIIZEUSACENTRE (@RIIZEUSACENTRE), X, 15 de out.2024 Adaptado pela autora.

A imagem acima mostra um caminhão com telão de led, contratado por fãs internacionais do RIIZE para ficar na frente da empresa como forma de protesto pela saída de Seunghan. O caso de Seunghan evidencia como as chamadas *fanwars* extrapolam o campo do engajamento afetivo e passam a operar como forças capazes de influenciar decisões corporativas e estratégias de gerenciamento de crise na indústria cultural sul-coreana. Conforme observa Febrianti (2022), as interações conflituosas entre fãs, potencializam os efeitos da cultura do cancelamento, transformando as plataformas digitais e os gestos simbólicos em verdadeiros campos de disputa por legitimidade, visibilidade e reconhecimento.

No contexto apresentado, esses conflitos internos entre os fãs, impactaram diretamente a trajetória pública do artista e as táticas adotadas pela empresa, evidenciando a centralidade das *fanwars* como fenômeno cultural e social no *K-pop*. Ademais, conforme aponta Tinaliga (2018), a cultura do cancelamento, intensificada na sociedade digital, manifesta-se de modo particularmente sensível nesse universo, em que a relação idealizada com os ídolos pode, rapidamente, converter frustração em ataques públicos. A utilização simbólica de coroas de flores, nesse sentido, não representa apenas o luto pela perda da imagem idealizada do artista, mas configura também a encenação de sua “morte” pública, enquanto estratégia coletiva de restauração da ordem moral do fandom, em conformidade com normas culturais e comportamentais localmente compartilhadas.

4.2 Análise da recepção dos fãs nas redes sociais

O caso e todos os desdobramentos referentes à carreira de Hong Seunghan ocorreram no espaço de tempo de um ano, mas que também possui atualizações recentes, o que infere que a quantidade de peças de recepção sobre o caso possui um alto volume de dados, o que fez necessário realizar uma pré-seleção do que seria realmente analisado e posteriormente definido como o corpus desta pesquisa.

A recepção dos fãs foi analisada com base na Análise de Conteúdo, que é um conjunto de técnicas voltadas à sistematização, categorização e interpretação de material simbólico-discursivo. Essa abordagem se revelou apropriada para analisar as dinâmicas narrativas, emocionais e éticas envolvidas no cancelamento, possibilitando uma leitura qualitativa das disputas de significado, das estratégias de mobilização coletiva e das performances discursivas no ambiente digital.

4.2.1. Delimitação do Corpus empírico

O corpus empírico desta pesquisa é constituído por postagens da plataforma X (antigamente denominada Twitter), coletadas ao longo de um período aproximado de um ano, compreendido entre o vazamento inicial de imagens envolvendo o idol Seunghan e sua saída oficial do grupo RIIZE. Devido ao enrijecimento do acesso a *softwares* de de scraping⁵⁵ e às limitações impostas pela plataforma desde 2023 — como a restrição de visualizações diárias e de ferramentas para

⁵⁵ Scraping ou web scraping é a coleta automatizada de dados de sites, convertendo HTML (não estruturado) em formatos organizados (CSV, JSON, SQL)

contas gratuitas —, a coleta foi realizada de forma manual. Esse monitoramento abrangente utilizou, inicialmente, o recurso de armazenamento 'Itens Salvos' da própria rede social e, posteriormente, a catalogação em planilhas, resultando em um volume de material significativamente superior ao conteúdo final selecionado para análise.

Para uma análise qualitativa minuciosa, foram selecionados 60 tweets como as unidades de análise definitivas. Os tweets foram identificados em uma pesquisa anterior conduzida na ferramenta de busca da própria plataforma X, utilizando palavras-chave diretamente relacionadas ao caso, como "Seunghan" e "RIIZE". A pesquisa foi igualmente delimitada a intervalos específicos associados aos marcos temporais da cronologia do caso demonstrados na *Figura 2*.

A escolha dos 60 tweets não teve como objetivo a representatividade estatística, mas sim a diversidade de vozes e a relevância simbólica das declarações, priorizando postagens que manifestassem posições contrárias ao desenrolar do acontecimento, diferentes níveis de engajamento e distintas estratégias narrativas e afetivas empregadas pelos usuários. Esse movimento permitiu captar, de forma mais intensa, as disputas de significado, as performances discursivas e as interações que influenciaram o debate público sobre o caso.

A formação desse corpus não foi pautada por critérios de representatividade estatística, mas sim por critérios de relevância discursiva, repetição temática, nível de participação (curtidas, compartilhamentos e comentários) e capacidade de sintetizar as disputas simbólicas relacionadas ao caso. Assim, configura-se uma amostra intencional, apropriada aos fundamentos da pesquisa qualitativa, na qual se valoriza a profundidade interpretativa das declarações em relação à sua extensão quantitativa.

4.2.2 Procedimentos de análise de conteúdo

A análise do corpus foi realizada por meio da Análise de Conteúdo, entendida como um conjunto de técnicas destinadas à organização, sistematização, categorização e interpretação de material simbólico-discursivo. A organização das categorias analíticas fundamenta-se na concepção processual da cultura do cancelamento, que a compreende como um circuito de acontecimentos estruturado em etapas, bem como nos estudos sobre cultura de fãs, parassocialidade e dinâmicas de fandom no contexto do *K-pop*.

Em consonância com o modelo de categorias em camadas proposto por Greco (2023), a análise considerou, de maneira integrada e simultânea, três níveis : (i) o tema da manifestação,

correspondente às macro-categorias teóricas definidas no Capítulo 3; (ii) a natureza da ação discursiva observada no corpus, expressa pelas categorias operacionais; e (iii) a função simbólica assumida pelos enunciados no contexto do conflito, como punição, defesa, militância afetiva ou reparação. Esse procedimento permitiu apreender as ambivalências, sobreposições e deslocamentos presentes nas disputas discursivas que atravessaram o caso analisado, sem reduzir a complexidade do fenômeno a classificações rígidas ou excludentes.

As categorias foram construídas de modo a permitir a apreensão das diferentes fases do fenômeno analisado, desde o evento que iniciou a controvérsia até seus efeitos simbólicos sobre a trajetória do artista e sobre o próprio fandom. Dessa forma, tornou-se possível observar o encadeamento narrativo do cancelamento, suas transformações discursivas ao longo do tempo e as distintas performances sociais acionadas no debate público digital.

4.2.3 Categorias de análise

A aplicação do sistema categorial ao corpus empírico resultou na identificação de oito categorias empíricas (CT1–CT8), que não constituem um novo sistema categorial, mas correspondem à aplicação concreta do modelo metodológico apresentado no Capítulo 3. Essas categorias foram derivadas das macro-categorias teóricas e das categorias operacionais previamente definidas, sendo organizadas segundo a temporalidade narrativa do cancelamento (antes, durante e depois do conflito). Assim, cada categoria empírica expressa a convergência entre os eixos teóricos, as ações discursivas observadas no corpus e as funções simbólicas assumidas pelos enunciados no caso específico de Seunghan.

A Tabela 5 apresenta a correspondência entre as categorias empíricas identificadas e as fases do cancelamento, explicitando de que modo os eixos teóricos e operacionais foram mobilizados na análise do caso. E de forma a evidenciar a aplicação concreta do sistema categorial ao objeto, a tabela inclui uma coluna destinada a exemplificar os principais acontecimentos do caso Seunghan, permitindo visualizar de que modo cada categoria analítica se manifesta na dinâmica específica do cancelamento analisado.

Tabela 5 - Correspondência entre Categorias de Análise e Fases do Cancelamento

Fase	Categoria empírica	Macro-categoria(s) teórica(s) de referência	Descrição da Dinâmica com aplicação do caso	Aplicação ao caso Seunghan
Antes do Conflito	Categoria 1 (CT1) - Gatilho do cancelamento (exposição do desvio)	Narrativa do Cancelamento; Performance Social e Midiática	Momento inaugural da ruptura da imagem pública, marcado por vazamentos, denúncias, rumores e exposição do suposto desvio	Vazamento de fotos e vídeos da vida privada de Seunghan, registrados antes do debut, incluindo imagens com ex-namorada e registros de consumo de cigarro, acompanhados de rumores sobre suposta relação com menor de idade - posteriormente desmentidos pela SM Entertainment-.
Durante o Conflito	Categoria 2 (CT2) - Mobilização digital (viralização e engajamento)	Circulação e Mediação Algorítmica dos Sentidos; Performance Social e Midiática	Expansão do caso como acontecimento coletivo por meio de hashtags, campanhas e pressão das audiências.	Circulação de conteúdo em redes sociais, debates em fóruns como Reddit (r/kpopthoughts), uso de hashtags principalmente no X, compartilhamento de vídeos e intensificação das reações negativas por parte de netizens.
Durante o Conflito	Categoria 3 (CT3) - Fan Wars e conflitos interfandoms	Disputas Simbólicas e Morais; Dinâmicas Afetivas do Fandom	Disputas simbólicas entre fandoms e conflitos internos, com ataques, comparações e batalhas por visibilidade	Polarização entre fãs sul-coreanos, majoritariamente favoráveis à exclusão do artista, e fãs internacionais, que organizaram campanhas de defesa, protestos e boicotes, incluindo disputas físicas e simbólicas em frente à SM Entertainment
Durante o Conflito	Categoria 4 (CT4) - Tribunal moral do fandom (julgamento público)	Disputas Simbólicas e Morais	Atuação dos fãs como instância julgadora, com exigências de posicionamento, condenações e avaliação moral do artista.	Avaliações públicas sobre o comportamento “adequado” de um idol, exigências de posicionamento da empresa, condenações morais baseadas em normas culturais do K-pop e cobrança por punição exemplar.

Durante o Conflito	Categoria 5 (CT5) - Punições simbólicas digitais	Disputas Simbólicas e Morais; Estratégias Institucionais de Gestão de Crise	Legitimação de práticas punitivas, como boicotes, pedidos de afastamento e mobilizações por exclusão simbólica.	Envio de coroas de flores brancas à sede da SM Entertainment exigindo a saída de Seunghan, acompanhadas de ameaças de boicote e de morte, ressignificando o luto como metáfora da “morte” pública do artista.
Durante o Conflito	Categoria 6 (CT6) - Defesa, minimização e contra-narrativas	Narrativa do Cancelamento; Dinâmicas Afetivas do Fandom	Produção de discursos de defesa e de relativização do cancelamento, tensionando a narrativa dominante.	Cartas de desculpas publicadas por Seunghan, nota oficial da SM Entertainment, campanhas de apoio organizadas por fãs internacionais, anúncios em estações de metrô e caminhão com painel de LED com a mensagem “ <i>International fans spend money too</i> ”.
Durante o Conflito	Categoria 7 (CT9) - Parassocialidade e sentimento de traição	Dinâmicas Afetivas do Fandom	Expressões de afetos intensos, frustração, raiva e sentimento de traição, decorrentes da quebra da idealização.	Reações de frustração, raiva e sentimento de traição por parte de fãs que interpretaram os comportamentos vazados como quebra do pacto moral e afetivo esperado de um idol em início de carreira.
Depois do Conflito	Categoria 8 (CT8) - Efeitos simbólicos e encerramento do caso	Estratégias Institucionais de Gestão de Crise; Narrativa do Cancelamento	Discursos posteriores à saída do artista, envolvendo luto, normalização da exclusão, sensação de fechamento e esvaziamento do debate.	Afastamento indefinido de Seunghan (novembro de 2023), regravação de partes musicais, exclusão do artista de conteúdos audiovisuais, campanhas publicitárias e parcerias comerciais; anúncio de retorno em outubro de 2024 seguido da saída definitiva do grupo.

Fonte: A autora (2025).

A partir da leitura da Tabela 5, observa-se que a maioria das categorias de definição das categorias, é possível observar que a maioria delas concentra-se na fase do conflito propriamente dito, o que evidencia a intensificação das disputas morais, afetivas e simbólicas no período de maior visibilidade do caso. As categorias situadas no momento prévio e posterior ao conflito permitem

compreender, respectivamente, a ruptura da imagem pública e os processos de reorganização simbólica após a saída do artista.

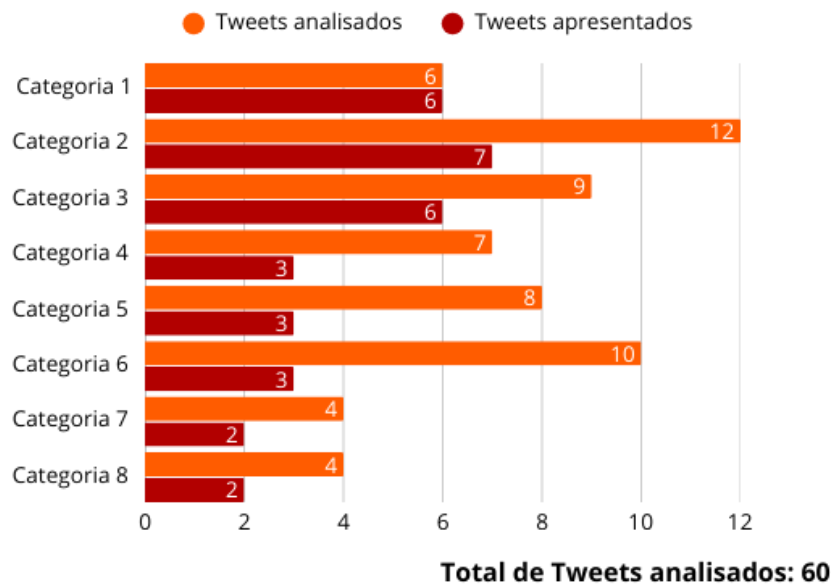
4.2.4 Justificativa da amostra

A seleção de 60 *tweets* como corpus efetivo de análise fundamenta-se nos princípios da pesquisa qualitativa, que privilegia a intensidade simbólica, a recorrência temática e a capacidade representativa dos enunciados. As unidades selecionadas permitem identificar as fases do circuito do cancelamento, as dinâmicas de mobilização do fandom, os mecanismos de julgamento moral e as práticas de punição simbólica, características do caso em estudo, assegurando densidade interpretativa à análise desenvolvida neste capítulo.

4.2.5. Discussão das categorias identificadas

De modo geral, as postagens analisadas evidenciam que a recepção do caso nas redes sociais foi, majoritariamente construída a partir das manifestações de fãs internacionais do grupo RIIZE, em detrimento de uma participação expressiva de fãs sul-coreanas. Esse recorte da circulação discursiva impacta diretamente o teor dos tweets selecionados, que apresentam, em sua maioria, posicionamentos de apoio ao artista, em vez de discursos alinhados a uma lógica estrita de cancelamento. Nessa perspectiva, os resultados indicam que a narrativa predominante no corpus não corresponde à legitimação pública e consensual da exclusão do *idol*, mas, sobretudo, à construção de um contra discurso de defesa, tensionando a ideia de cancelamento como consenso moral. Assim, a análise desenvolvida neste capítulo concentra-se, fundamentalmente, na narrativa do cancelamento observada pelo viés dos fãs que se mobilizam em defesa do artista cancelado, revelando disputas simbólicas, afetivas e morais que atravessam esse processo.

Do total de 60 tweets selecionados para a análise qualitativa, a distribuição entre as categorias evidenciou diferenças significativas de incidência. As Categorias 2 e 6 concentraram o maior volume de postagens, refletindo, respectivamente, a intensificação da mobilização digital e a construção de contra-narrativas de defesa do artista. As Categorias 3, 4 e 5 apresentaram incidência intermediária, relacionadas às disputas simbólicas, ao julgamento moral e às punições simbólicas. Já as Categorias 1, 7 e 8 registraram menor volume de ocorrências, por corresponderem a momentos específicos do processo - o gatilho inicial, a transferência do sentimento de traição para a instituição e os efeitos simbólicos tardios do cancelamento.

Figura 6 - Infográfico da quantidade das categorias de análise

∴ **Fonte:** Elaborado pela autora (2025).

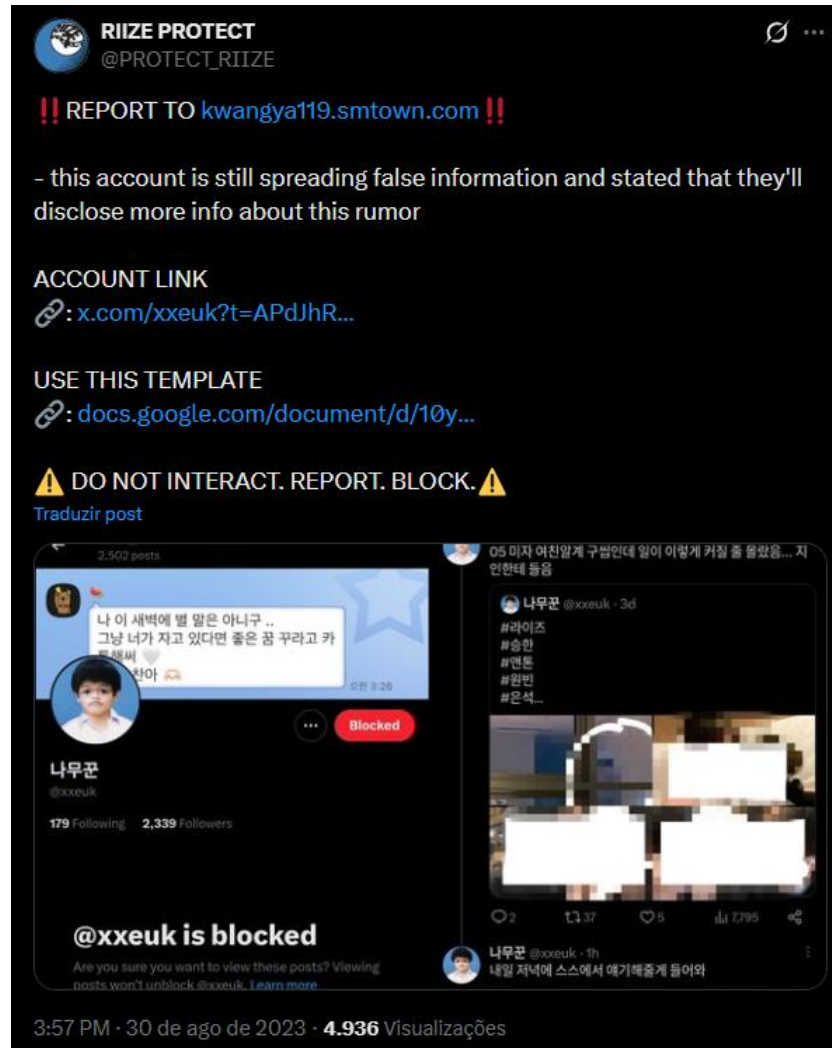
A Figura 6 apresenta a distribuição dos 60 tweets analisados qualitativamente entre as categorias empíricas CT1–CT8, permitindo visualizar as diferenças de incidência discursiva ao longo do processo de cancelamento. O gráfico tem como finalidade explicitar a relação entre o volume total de dados codificados e os exemplos ilustrativos apresentados no capítulo, os quais foram selecionados por sua representatividade analítica e não por critérios de proporcionalidade quantitativa. Os tweets reproduzidos ao longo da análise não representam a totalidade do corpus, mas foram selecionados por seu caráter exemplificador, visando ilustrar padrões discursivos recorrentes identificados em cada categoria.

Quanto à incidência de conteúdos relacionados à Categoria 1- correspondente ao momento inicial da ruptura da imagem pública- é possível identificar o início efetivo da separação do fandom transcultural do RIIZE, enquanto a maioria dos fãs internacionais buscava proteger o artista , promovendo o boicote aos canais de comunicação e contas de notícias e a *fanaccounts*⁵⁶ sobre *K-pop* que estavam compartilhando o conteúdo vazado do artista, outros fãs faziam o contrário engajando-se no conteúdo propagando mais a informação. Como a situação do vazamento de

⁵⁶ O termo é usado para se referir a contas de fãs nas redes sociais; normalmente são usuários que têm um perfil que é utilizado apenas para atividades relacionadas ao consumo de conteúdos de fãs e artistas.

imagens privadas de um artista no *K-pop* é algo até comum no meio, nesse momento inicial, os fãs buscaram mais proteger o artista nas redes sociais e denunciar as possíveis fontes desses vazamentos. Nessa categoria também se observa baixa incidência de postagens no período inicial da coleta. Tal fato pode ser explicado, em primeiro lugar, pela manutenção da agenda regular de engajamento dos fãs, que continuaram a priorizar conteúdos positivos sobre o grupo e sobre o próprio artista, como postagens de apoio, divulgação de imagens promocionais e estímulo ao engajamento. Além disso, tratando-se da fase inicial da trajetória do grupo, ainda havia uma quantidade reduzida de eventos relacionados ao caso. Para fins de padronização e cuidado ético na apresentação do corpus, optou-se por identificar, nominalmente, apenas contas de caráter coletivo e informativo, tais como perfis de *updates* e *fan clubs* do grupo RIIZE, uma vez que esses perfis atuam como instâncias públicas de mediação e difusão de informações no fandom. Já as contas individuais de fãs (*fanaccounts*) tiveram seus identificadores completos suprimidos, sendo apresentados apenas pelos nomes exibidos nos perfis, sem menção ao nome de usuário precedido por “@”, de modo a preservar a identidade dos sujeitos e evitar exposição indevida. Nesse contexto dentro da coleta, identificou-se uma média aproximada de seis tweets de contas de fãs associadas a essa etapa, que serão apresentados a seguir.

Figura 7 – Postagem da fanpage Report

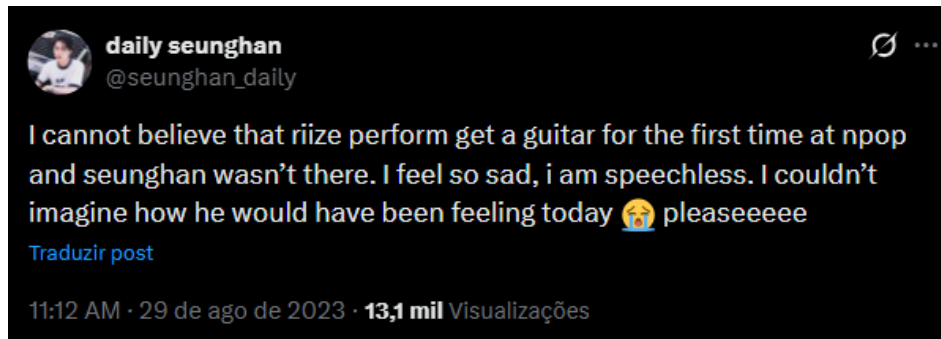


Fonte: Print de postagem de @PROTECT_RIIZE na Plataforma X , ago. 2023

O Tweet acima foi publicado no período estipulado, durante a coleta, como uma resposta inicial ao ocorrido, no qual a fanpage de *report*⁵⁷ do grupo promove uma campanha para denunciar uma das contas que vazou as imagens de Seunghan. Nesse momento, os fãs já estavam cientes sobre os vazamentos e buscavam formas de conter as informações para se espalharem mais.

⁵⁷ Fanpages de report são contas de fãs em plataformas de redes sociais que fazem monitoramento, compilação e divulgação de informações, rumores, denúncias e registros de comportamento atribuídos a artistas atuando como instâncias informais de vigilância e mediação discursiva no interior das comunidades de fãs digitais

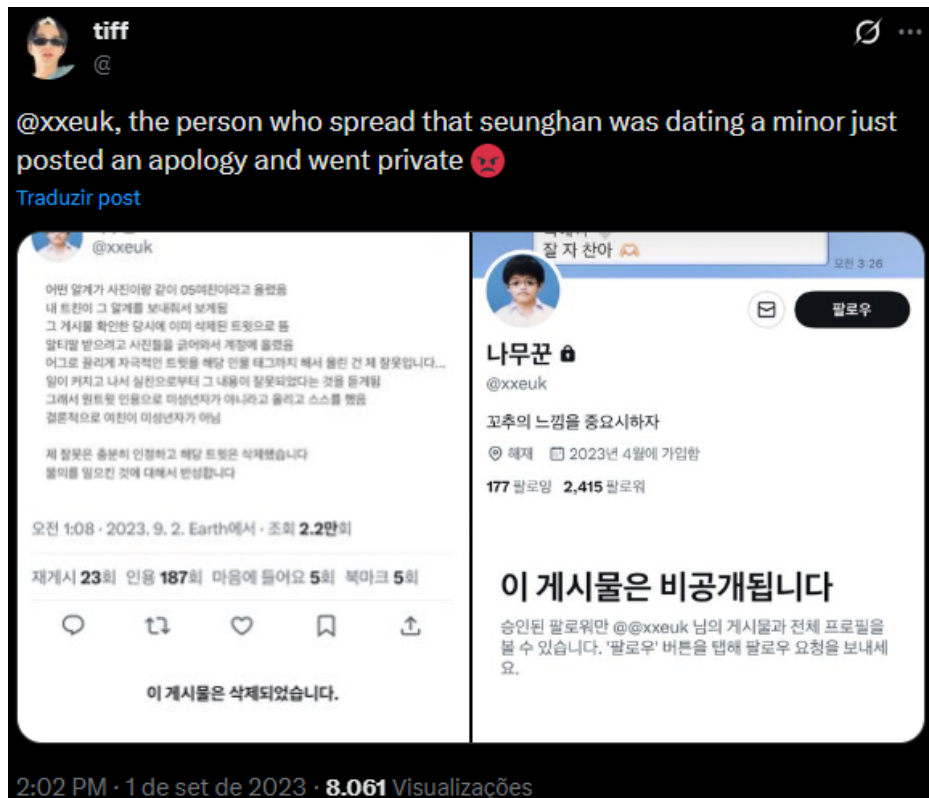
Figura 8 – Reação de fã à ausência do ídolo



Fonte: Print de postagem de @seunghan_daily na Plataforma X , ago. 2023

Acima, vemos uma postagem (tweet) de fanpage de updates do artista que comenta o episódio em que Seunghan deixou de se apresentar com o grupo, próximo ao período do vazamento das primeiras imagens dele com a ex-namorada. No episódio, foi informado pela empresa, que o ídolo estava com problemas leves de saúde, mas já foi o suficiente para alertar os fãs, pois a estreia do grupo havia ocorrido recentemente.

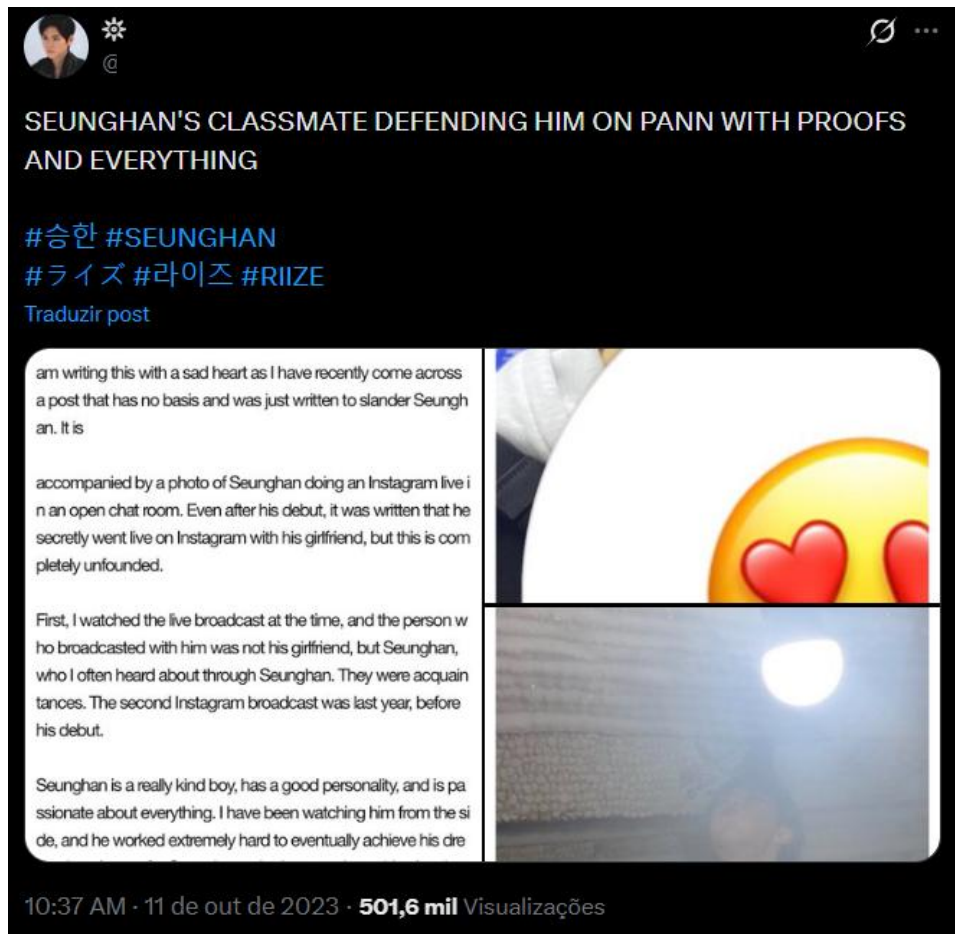
Figura 9 – Fã apresenta retratação pública e privação de perfil envolvido nos vazamentos



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “tiff” na Plataforma X , set. 2023

Nesse tweet, a fã compartilhou uma atualização sobre um dos perfis que estava espalhando os rumores sobre Seunghan estar se relacionando com uma adolescente, enquanto ele já tinha atingido a maioridade. A conta em evidência relata que o fã *sasaeng* publicou um pedido de desculpas pelo ocorrido antes de ter privado seu perfil.

Figura 10 – Defesa do ídolo por proximidade social



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “☆” na Plataforma X, out. 2023

O tweet dessa conta de fã se encaixa na Categoria 1 ao tentar proteger o artista, tentando manter sua imagem por meio de depoimentos de pessoas que o conheceram antes de sua estreia. Nesse caso, o depoimento seria de um ex-colega de escola de Seunghan, que o elogia por ser uma pessoa gentil. Essa postagem também se enquadra na Categoria 2, que será tratada em seguida.

Figura 11– Afeto parassocial e alívio emocional



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “Sakshi | 홍승한” na Plataforma X , nov. 2023

Este Tweet foi publicado próximo ao período que antecede a entrada de Seunghan em seu hiatus, esse momento demonstra como os fãs ainda estavam seguindo com publicações de apoio ao grupo, mas já apresentavam certa preocupação com o artista, principalmente pelo histórico que a empresa que o agencia tem para lidar com casos como o dele.

Figura 12 – Demonstração de afeto parassocial



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “오늘” na Plataforma X , nov. 2023

O Tweet acima foi publicado algumas horas antes do anúncio oficial do hiatus de Seunghan, a postagem busca enaltecer o artista, mesmo durante esse período em que sua imagem estava passando por um momento de ruptura pública. Este exemplo retrata como os fãs mantiveram sua agenda de fãs mesmo durante o cancelamento do artista.

De acordo com os dados compilados, o cancelamento de Seunghan teve como gatilho inicial o vazamento de imagens de sua vida pessoal, em setembro de 2023. Cinco contas foram, inicialmente, identificadas como responsáveis pela disseminação das imagens, de acordo com as

postagens registradas, e todas elas estão ligadas ao fenômeno dos *sasaengs*⁵⁸. O primeiro movimento de mobilização entre os fãs consistia em denunciar publicamente essas contas, compartilhando diversos prints como evidência e organizando denúncias em massa à empresa. Depois foi possível verificar que quatro dessas contas tiveram suas atividades interrompidas - seja por denúncias dentro da própria plataforma X, ou de maneira legal por meio da empresa, ou ainda por terem alterado seus nomes de usuário-, enquanto apenas uma continuou ativa, por pouco tempo, antes de se tornar privada após um pronunciamento negando a veracidade das informações que havia publicado sobre o artista. Esses dados foram obtidos durante a fase de coleta de dados, por meio do acompanhamento de perfis de reports e fan accounts dedicadas ao monitoramento de conteúdos relacionados ao RIIZE - como o indicado na Figura 9 - que registraram a circulação inicial do material e as mudanças relacionadas aos perfis envolvidos como forma de monitoramento das campanhas de denúncias dos próprios fãs - apresentado na Figura 7-. Esse movimento inicial já indica uma rápida mobilização de mecanismos de controle moral e justiça informal, dentro do fandom, típicos da fase inicial do cancelamento.

Na Categoria 2, verifica-se um aumento expressivo no volume de conteúdos, o que pode se explicar pelo fato de que as categorias um e dois se desenvolvem de maneira quase simultânea. Isso ocorre porque o acontecimento que desencadeou o cancelamento se propagou de forma extremamente rápida nas redes sociais, fazendo com que a exposição inicial do caso e a mobilização digital se sobrepusessem temporalmente. Assim, a viralização e o engajamento coletivo emergem quase de forma imediata ao gatilho do cancelamento, na qual os fãs planejavam formas de se defenderem e protegerem o artista. A defesa dos fãs ocorria através da organização de uma série de estratégias que são estabelecidas por meio de uma “literacia de fã”, que corresponde a: interpretar o acontecimento; buscar fontes confiáveis para confirmar a veracidade do conteúdo; evitar entrar em *fanwars* com outros fãs de outros grupos; esperar um pronunciamento oficial do acusado ou da empresa do artista. Quando essa ordem é seguida, fãs - em suas contas pessoais- ou fãs que fazem updates desses grupos/ artistas, passam a organizar-se promovendo

⁵⁸ As contas identificadas no período inicial da circulação do material foram: @Ffcffyyu0144, @loveuneelove, @BBOSONGEEEE, @xxeuk e @xxxxjsi, conforme registros públicos disponíveis à época da coleta. Os cinco perfis posteriormente privatizaram ou removeram os conteúdos, o que reforça a instabilidade dos rastros digitais associados ao fenômeno. No momento final da coleta dos dados, todas as contas já não se encontravam mais ativas no X.

campanhas de hashtags para evitar que tanto outros fãs, como o próprio artista, recebam ataques de ódio online. Para essa amostra, foram selecionados um exemplo de cada especificação.

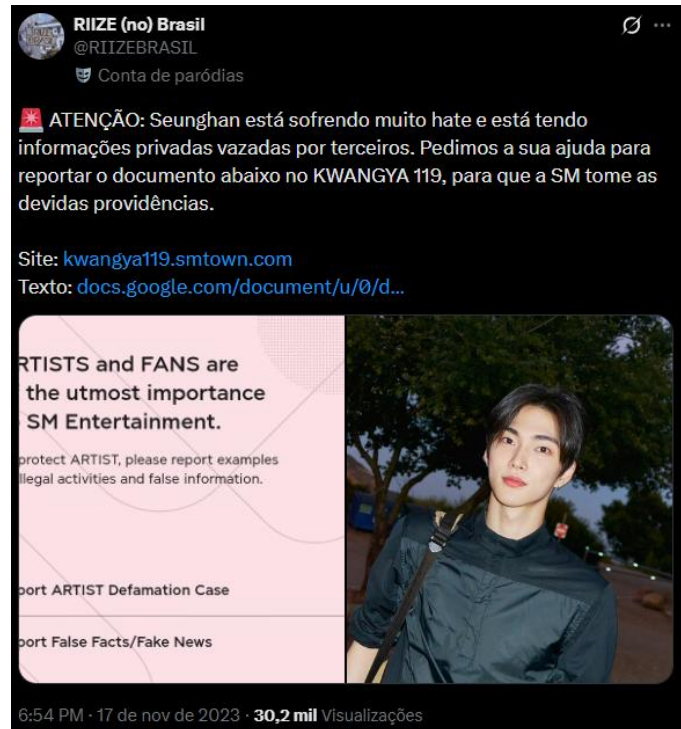
Figura 13 – Compartilhamento de informações confiáveis



Fonte: Print de postagem de @RIIZEBRASIL na Plataforma X , ago. 2023

Esta fan page brasileira do RIIZE compartilha conteúdo de site de notícias sul-coreano como fonte de informação, para comunicar nova atualização do caso, utilizando-o como fonte confiável. Essa prática entra dentro da disseminação de “*receipts*” proposta por Zhang (2024) que seria mostrar evidências e provas concretas sobre uma determinada situação, dentro de um fandom, credibilizando a informação, se ela proceder de uma fonte oficial.

Figura 14 – Promoção de diretrizes de denúncia



Fonte: Print de postagem de @RIIZEBRASIL na Plataforma X , nov. 2023

Tweet de fan page brasileira do RIIZE com o intuito de promover diretrizes a serem seguidas pelos fãs brasileiros para fazer denúncias à empresa. A prática segue as dinâmicas de que os fãs utilizam, nas redes sociais , conforme os estudos sobre movimentações digitais dos fandoms de Zhang (2024) ,sobre seu engajamento em agendas próprias.

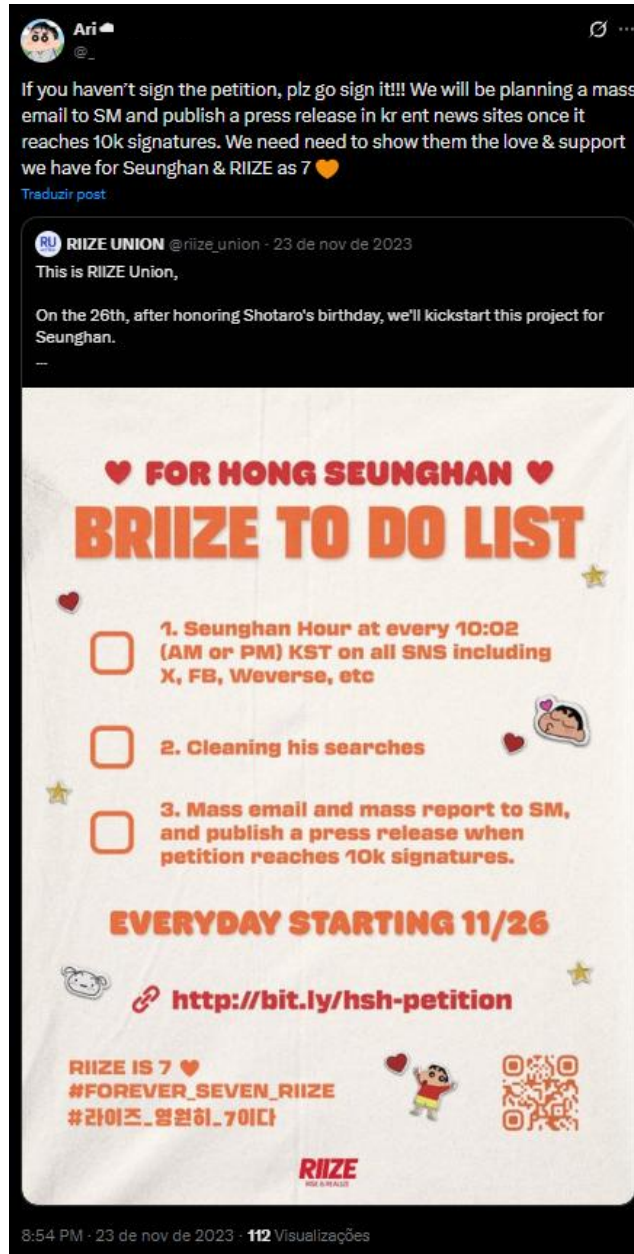
Figura 15 – Contestação pública da narrativa acusatória



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “s4XngHan #1 supporter” na Plataforma X , mai. 2024

A Fã utiliza seu perfil, que possui alto alcance entre o fandom, para defender o artista e tentar barrar o acontecimento de fan wars entre o BRIIZE (fãs do RIIZE) e outros fãs clubes de grupos de *K-pop*. Essa situação representa a autodefesa de ataque intra-fandom algo apontado por Tinaliga (2018) como o período em que fãs promovem ataques entre fandoms rivais. A conta também promove um discurso que indica que outras *netizens* interessadas no caso, devem buscar as informações corretas antes de falar sobre ele.

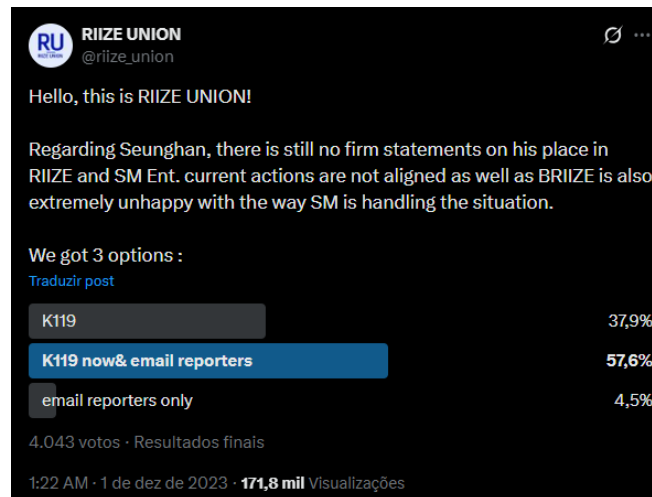
Figura 16 – Mobilização estratégica do fandom em defesa ao ídolo



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “Ari” na Plataforma X , nov. 2023

Aqui a fã utiliza seu perfil para promover campanha de petição para que a SM tome as devidas providências com os vazamentos de imagens de Seungchan. A campanha dos fãs ainda articula táticas coletivas de engajamento e proteção da imagem do ídolo. Esse conceito de movimentações dentro dos fandoms em plataformas online atuam como dispositivos de união e influência dentro dessas comunidades, conforme discutido por Zhang (2024).

Figura 17 – Convocação do fandom para ação coordenada



Fonte: Print de postagem de @riize_union na Plataforma X , dez. 2023

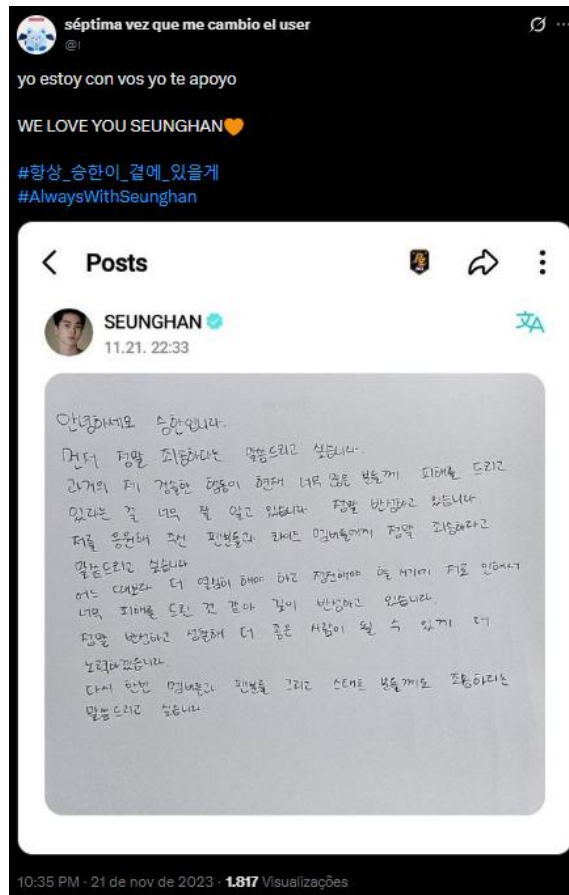
Esta Fanpage promove enquete para que os fãs entrem em um consenso de qual o melhor método a ser utilizado para enviar denúncias a SM Entertainment em busca de um pronunciamento oficial sobre o futuro de Seunghan no RIIZE. Esse tipo de ação está em consonância com as discussões propostas por Zhang (2024) sobre as agendas diversas que se difundem dentro dos fandoms.

A mobilização digital intensifica-se de forma decisiva a partir de 23 de novembro de 2023, momento em que é anunciado, oficialmente, que Seunghan não participaria de uma performance importante do grupo RIIZE. Nesse período, por meio da coleta de dados, foi possível registrar o aparecimento de hashtags de apoio nas postagens dos fãs, compondo uma corrente digital de defesa do artista. Ao todo foram identificadas trinta e duas tags que permaneceram na plataforma entre o final de novembro e dezembro. As temáticas desses marcadores incluíam campanhas que pediam, explicitamente, seu retorno ao grupo, a proteção por parte da empresa e a manutenção do RIIZE como um grupo de sete integrantes. Esse movimento confirma, empiricamente, a categoria de mobilização como etapa central da transformação do caso em acontecimento coletivo.

As hashtags, além de evidenciarem uma compreensão sobre a lógica algorítmica das plataformas digitais, na qual a repetição e a padronização discursiva funcionam como estratégias

de amplificação da visibilidade e de pressão institucional, não eram empregadas de forma isolada. Frequentemente, as tags apareciam em uma combinação previamente estabelecida pelas fanbases, organizadas em ordem alfabética, normalmente em uma combinação que continha, no mínimo, duas tags, e o número máximo variava de acordo com a quantidade de caracteres disponíveis que os usuários possuíam ao tweetar, respeitando o limite de 280 caracteres.

Figura 18– Manifestação de apoio



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “séptima vez que me cambio el user” na Plataforma X , nov. 2023

Aqui, o fã faz uso de duas das principais tags utilizadas para defender Seunghan. A primeira tag, em coreano, pode ser traduzida como: Estarei sempre ao lado de Seunghan, sendo complementada por outro marcador em inglês com significado similar. A utilização das hashtags, nesse caso, se enquadra dentro da ideia de Zhang (2024) de manutenção de uma agenda específica, que cada fandom configura como importante, no momento de promover seu engajamento.

Figura 19 – Afeto declarado no fandom digital



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “화성•-•_ss” na Plataforma X , dez. 2023

Já nesta figura, foi constatada outra amostra de como os fãs passaram a combinar as principais tags utilizadas para defender Seunghan, misturando tanto coreano quanto inglês em suas postagens e apresentando mais de duas tags como forma de engajar ainda mais seu apoio ao artista. Além disso, é possível identificar que toda essa mobilização era levada pelo afeto que os fãs têm com o artista, principalmente quando a fã utiliza datas comemorativas, como o Natal neste caso, para pedir a volta do integrante ao grupo.

A Categoria 3, sobre as disputas simbólicas, apresenta uma incidência quantitativamente mediana de postagens, embora ela também se desenvolva de modo articulado às duas categorias anteriores, apresentou mais conteúdos de postagens. Nesse eixo, torna-se mais visível a atuação das fãs internacionais em contraposição às opiniões predominantes de parte das fãs sul-coreanas. Enquanto estas defendiam que o artista deveria “pagar” pelos supostos erros cometidos - associados à sua vida privada e ao vazamento de informações pessoais -, os fãs internacionais tendiam a relativizar essa responsabilização, evidenciando um conflito moral e cultural nas interpretações do caso.

Os registros apontam que as brigas não ocorreram apenas entre os fãs e a empresa, mas também entre fandoms diferentes e até mesmo dentro do fandom do RIIZE. Vários fãs recorreram a exemplos de outros ídolos do *K-pop* que enfrentaram hiatos e depois retornaram, comparando suas situações com a de Seunghan em diversos tweets, como uma forma de justificativa moral. Conflitos diretos entre fãs sul-coreanas e fãs internacionais também surgem, especialmente no que diz respeito à legitimidade da punição imposta ao artista. Estes conflitos demonstram que o cancelamento atua como um terreno de disputa simbólica transcultural, influenciado por diferentes valores culturais relacionados à privacidade, moralidade e à vida afetiva dos ídolos.

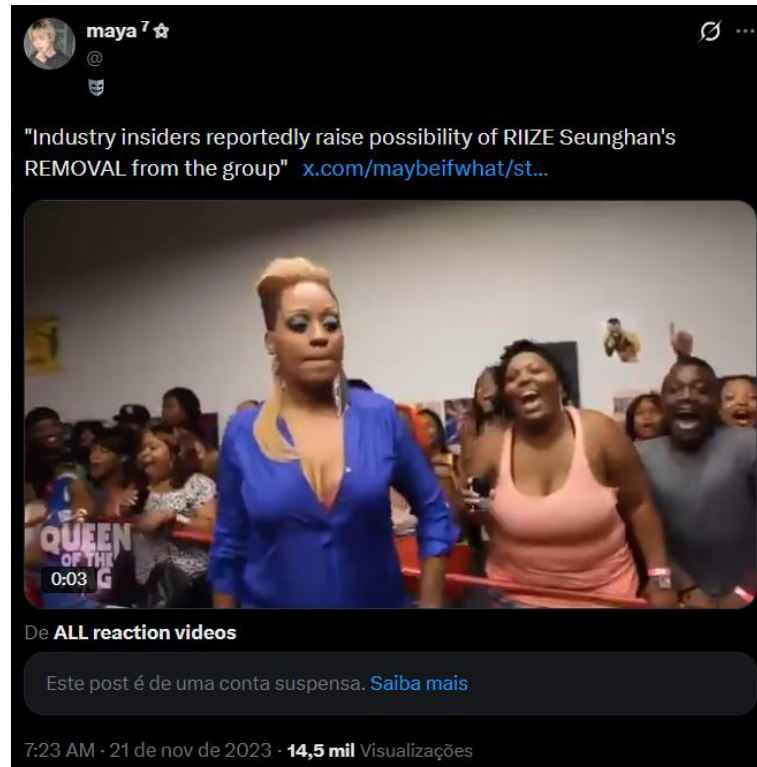
Figura 20 – Comparação positiva do caso com outro



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “zero” na Plataforma X , nov. 2023

Tweet de fã não vinculada ao fandom do RIIZE faz comentário comparando caso de Seunghan com o de Jaemin do NCT Dream , que também integra o catálogo da SM Entertainment, e que também foi afastado de seu grupo. A fã identificada como “zero” busca também consolar os BRIIZES ao fazer essa comparação.

Figura 21 – Expressão contrária de fã de outro grupo de K-pop



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “maya” na Plataforma X , nov. 2023

Já a fã representada na figura acima, acaba por se encaixar no escopo dos fãs de outros grupos de *K-pop* que se envolveram na discussão, complementando comentário apagado da rede social de conta que anunciou que Seunghan seria removido do grupo com GIF comemorando o rumor. A usuária identificada como “maya” se expressa dentro da ideia de uma “performatividade competitiva”, algo que integra também o conceito de fanwars dentro dos estudos de Tinaliga (2018).

Figura 22 – Banalização do conflito e fadiga moral

Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “taya” na Plataforma X , dez. 2023

Outra fã externa ao fandom do RIIZE, comenta sobre a fanwar entre BRIIZES e Exols, fãs do EXO, que passaram por uma situação parecida, quando um dos integrantes do grupo teve seu relacionamento exposto nas redes sociais. O EXO, grupo que também pertence à SM Entertainment, o que também influencia o fato da usuária denominada como “taya” comentar sobre a briga entre os dois fandoms, porém de modo a banalizar esse tipo de conflito. O uso da ironia e da hierarquização moral indica um estágio de pós-cancelamento, marcado pelo desgaste do engajamento e pela recusa da legitimidade afetiva do fandom.

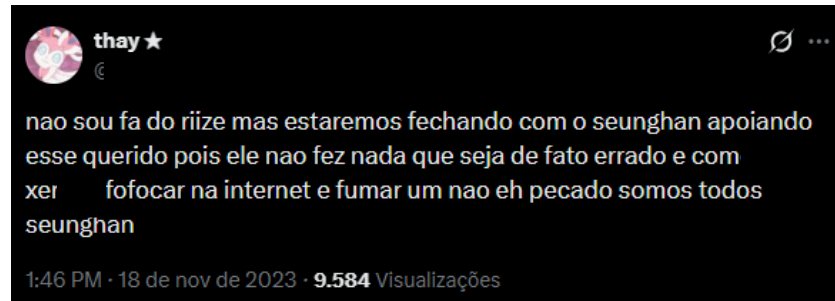
Figura 23 – Satirização das normas de pureza e vigilância do ídolo



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “mada psico do CB977” na Plataforma X , out. 2023

Esta BRIIZE brasileira satiriza o caso de cancelamento de Seunghan ao responder outro comentário sobre uma sessão de fotos do grupo que outra pessoa comentou que pareciam imagens de fichamento policial. A usuária do X “mada {...}” utilizou-se desse comentário para zombar da situação ao fazer alusão ao caso de Seunghan, fazendo também uma crítica sobre como a aparência e a performance visual dos integrantes são interpretadas à luz de expectativas normativas de pureza, sexualidade e comportamento, temáticas que conversam com o que Fernandes (2017) expõem sobre as percepções imagéticas que são colocadas sobre os ídolos do *K-pop*.

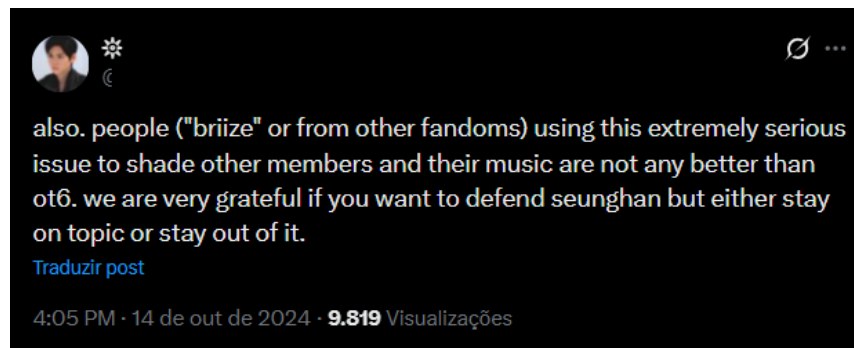
Figura 24 – Manifestação de apoio externo ao fandom



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “thay” na Plataforma X , nov. 2023

Aqui apresentamos, o tweet de uma fã de *K-pop* não vinculada ao fandom do RIIZE que se engajou no debate do cancelamento de Seunghan, comentando o caso a partir de referenciais externos ao grupo em linguajar típico da internet. O conteúdo deste tweet também apresenta certa crítica a forma como os fãs têm uma imagem imaculada e idealizada desses artistas hipermediáticos, e que, novamente, são compatíveis com os estudos de Fernandes (2017).

Figura 25 – Gestão do conflito e contenção do ruído



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “BRIIZE” na Plataforma X , out. 2024

No tweet acima, a BRIIZE expressa um movimento de regulação interna do discurso, no qual, membros do próprio fandom estabelecem limites para a participação de atores externos e para o uso instrumental do caso em disputas inter-fandom, que dentro dos estudo de Tinaliga (2018) se caracterizam como confrontos dentro do próprio fandom que envolvem debates online sobre o comportamento ideal do fã.

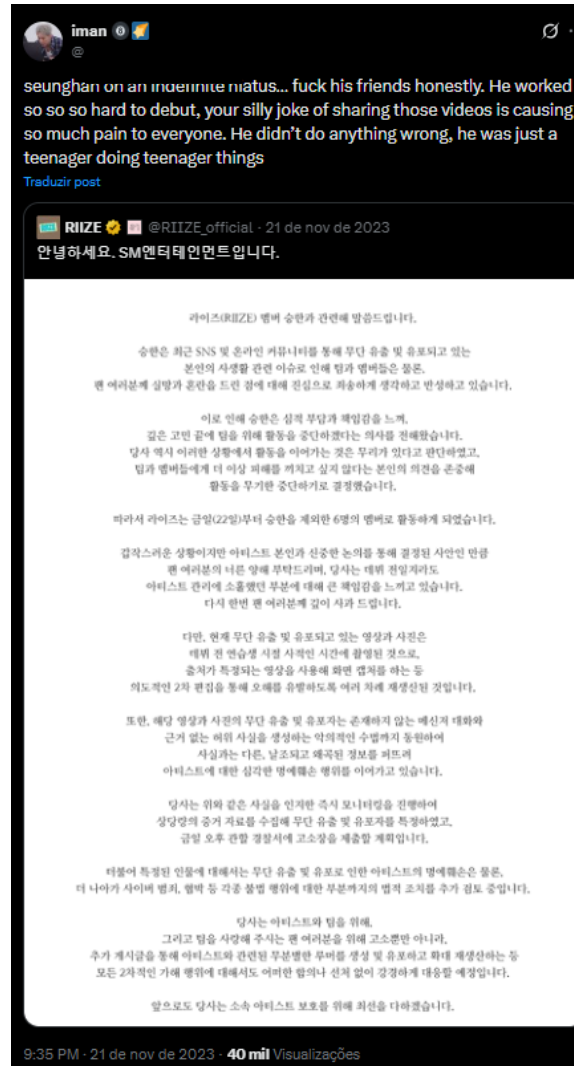
Na Categoria 4, assim como a terceira categoria, também pode ser compreendida como um desdobramento articulado das etapas iniciais do processo, agora no momento em que os fãs atuam como os juízes da moral dos acontecimentos, situação que já pode ser percebida nas duas categorias

anteriores. Nela, observa-se a formação de uma frente unificada de fãs que buscavam minimizar os impactos do ódio online, tanto sobre o grupo, quanto sobre o artista individualmente. Essa mobilização coletiva revela uma tentativa de proteção simbólica diante da hostilidade digital, bem como um esforço para preservar a imagem pública do grupo e reduzir os efeitos emocionais do conflito sobre os próprios fãs. Ainda nesta mesma categoria, identifica-se uma incidência mediana de postagens, nas quais os fãs passam a exigir posicionamentos oficiais da empresa e dos demais integrantes do grupo. Esse movimento foi especialmente expressivo no primeiro período após o vazamento das imagens, quando se esperava que a empresa adotasse providências, sobretudo no âmbito legal, visando proteger o artista da exposição de sua vida privada.

Com base na análise do corpus reunido na plataforma X, constatou-se que o julgamento moral do fandom se acentuou, principalmente, nos dias posteriores à divulgação da carta de desculpas de Seunghan, veiculada em 21 de novembro de 2023 no Weverse e amplamente comentada em perfis de fãs e fanbases no X e no Instagram, uma vez que a imagem foi compartilhada pelos perfis oficiais do RIIZE nessas mídias. Durante esse intervalo, admiradores — em grande parte associados a fan accounts estrangeiras do grupo — começaram a analisar, publicamente, a sinceridade do pedido de desculpas, discutindo se o artista deveria ou não retomar suas funções no grupo, principalmente pela forma como estava sendo tratado.

Entre os tweets analisados, identificam-se enunciados que absolvem moralmente o artista, classificando-o como “vítima de vazamento de privacidade” e “jovem vivendo uma vida normal”, bem como postagens que direcionam a responsabilização moral à SM Entertainment, exigindo posicionamentos oficiais e medidas legais contra os responsáveis pela divulgação das imagens. Frases como "a empresa o está punindo por ser uma vítima" e "a SM precisa proteger legalmente seu artista" exemplificam esse movimento. Dessa maneira, nesses ambientes digitais, o fandom assume, de forma explícita, a função de instância avaliadora da conduta do ídolo e da agência, se estabelecendo como um tribunal moral em rede.

Figura 26 – Ruptura simbólica provocada pelo comunicado oficial



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “iman” na Plataforma X , nov. 2023

O tweet absolve moralmente Seunghan ao enquadrar seus comportamentos como compatíveis com a vida privada de um adolescente, ao mesmo tempo em que condena o vazamento de conteúdos íntimos e a atuação de terceiros. A postagem exemplifica a lógica do tribunal moral do fandom, conceito que integra os estudo sobre Cultura do Cancelamento de Tabasnik (2023), principalmente no momento em que os fãs avaliam, publicamente, a legitimidade das acusações, atribuem responsabilidades e reafirmam critérios normativos de justiça e proteção do artista.

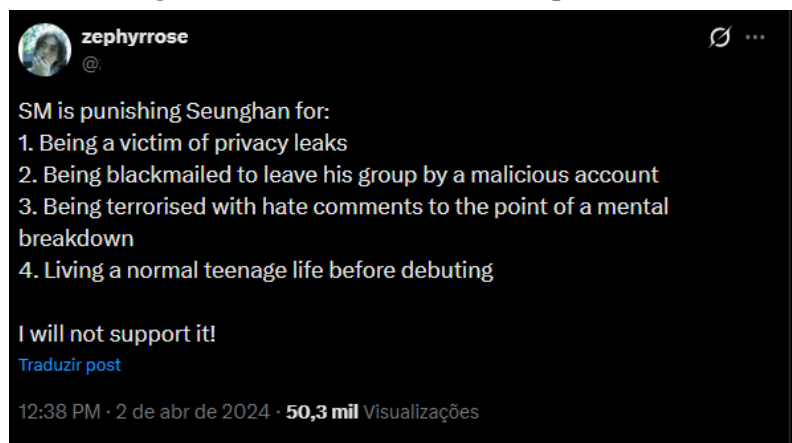
Figura 27 – Escalada emocional no contra-discurso do cancelamento



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “tyongya” na Plataforma X , nov. 2023

A postagem expressa indignação moral diante da possibilidade de exclusão de Seungghan do RIIZE, deslocando a culpa para a empresa e terceiros envolvidos no vazamento. Embora utilize linguagem ameaçadora, o enunciado evidencia a atuação do fandom como instância julgadora, na qual a absolvição simbólica do artista e a condenação da agência são mobilizadas como forma de proteção moral e reparação simbólica.

Figura 28 – Reconfiguração do cancelamento como punição institucional



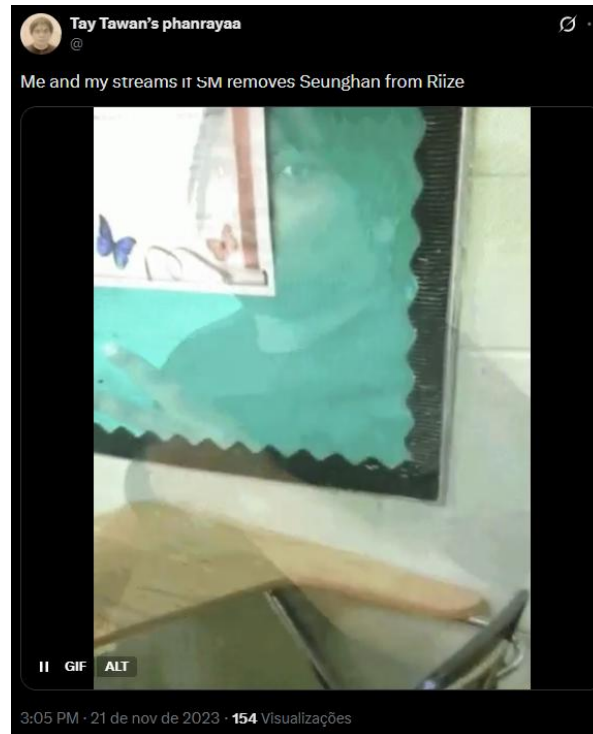
Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “zephyrrose” na Plataforma X , abr. 2024

Este tweet enumera razões que enquadram Seunghan como vítima e constrói a atuação da empresa como injusta e punitiva, culminando na declaração de retirada de apoio. A postagem exemplifica a atuação do fandom como tribunal moral em rede, no qual fãs atribuem culpa, absolvem o artista e aplicam sanções simbólicas às decisões institucionais, algo que, dentro dos estudos de Tabasnik (2023) se chama de “Guerra de Informações”, principalmente quando os fãs disputam o controle das narrativas e das percepções públicas sobre o acontecimento.

Os exemplos apresentados nas figuras acima ilustram as diferentes intensidades e registros discursivos do tribunal moral do fandom, revelando como a avaliação pública da conduta do artista e da agência pode oscilar entre enunciados normativos de proteção simbólica e manifestações radicalizadas de indignação moral. Nesses casos é possível ver como os fãs assumem uma postura acusatória à empresa, chegando a declarar sanções simbólicas, como a retirada de apoio.

Já na Categoria 5, referente às punições simbólicas, nota-se que as mobilizações ganham maior força a partir de novembro de 2023, quando os fãs passam a organizar boicotes à empresa, em razão do anúncio de lançamentos com apenas seis integrantes, e também a promover o boicote à mídia, responsável pela difusão dos conteúdos vazados. Os dados referentes a essa categoria mostram que as punições simbólicas acabaram por sair do espaço digital e alcançaram também o plano presencial. Em outubro de 2024, na iminência de um possível retorno do artista, fãs sul-coreanas organizaram o envio de coroas de flores à sede da empresa, como forma de protesto público pelo não retorno de Seunghan ao grupo. Paralelamente, os fãs internacionais intensificaram campanhas de boicote digital à empresa e à mídia responsável pela circulação das imagens vazadas. Esses episódios evidenciam a transição da punição simbólica do plano discursivo para o plano ritualizado e materializado, reforçando o caráter performático do cancelamento

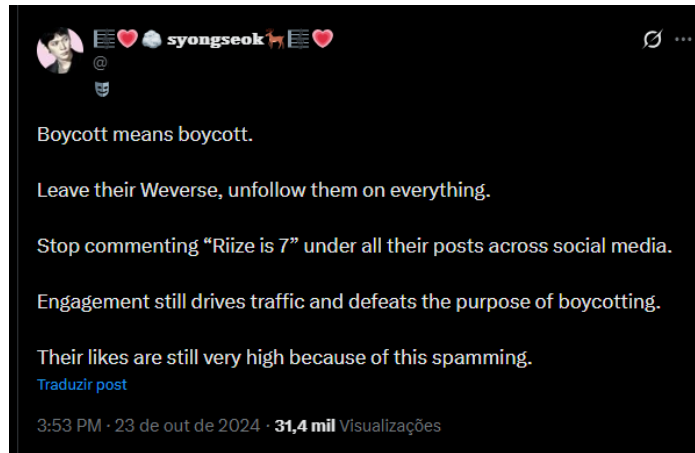
Figura 29 – Antecipação simbólica da exclusão do ídolo



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “Tay Tawan’s phanrayaa” na Plataforma X , nov. 2023

Em tweet, fã do RIIZE que irá parar de escutar as músicas do grupo em plataformas de streaming musical se a empresa optar em retirar Seunghan. A postagem representa uma forma de boicote adotada já no momento inicial do conflito propriamente dito, na qual a fã, simbolicamente, dramatiza a ruptura, antes mesmo de sua confirmação oficial. O gesto atua como um ritual de luto antecipado, convertendo um objeto cotidiano into um meio expressivo de perda e sofrimento parassocial, conforme discutido por McCutcheon et al. (2002). Esta performance não se limita a transmitir tristeza, mas busca gerar um impacto coletivo.

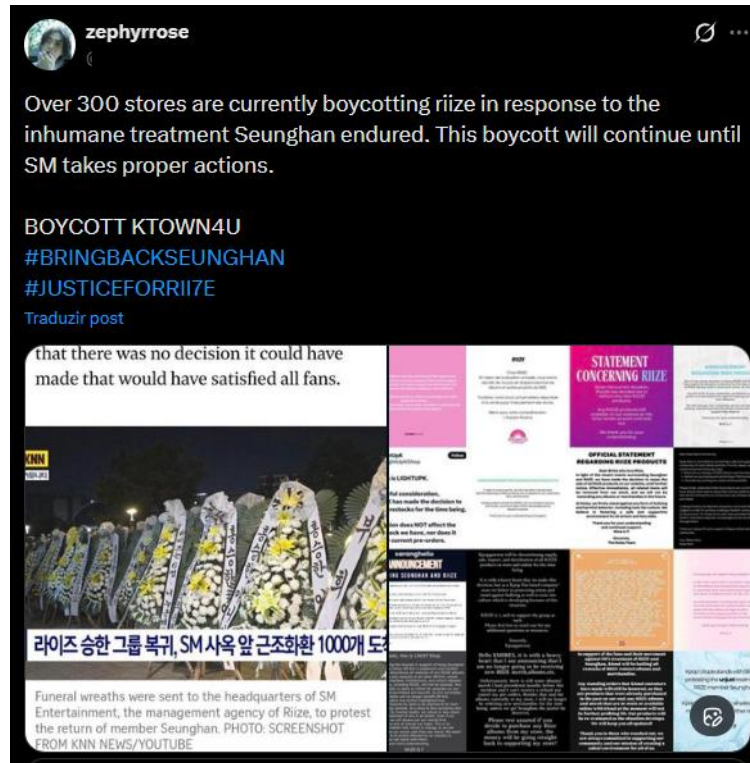
Figura 30 – Racionalização estratégica do boicote a partir dos fãs



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* "syongseok" na Plataforma X , out. 2024

Tweet representativo das punições simbólicas digitais, no qual fãs regulam, normativamente, as práticas de boicote, defendendo a retirada total de engajamento como forma legítima de sanção à empresa e ao grupo. Pode-se observar a transformação do boicote em prática estratégica, sustentada por uma compreensão explícita das dinâmicas algorítmicas de engajamento e visibilidade, conforme discutido por Zhang (2024).

Figura 31 – Institucionalização do boicote do fandom



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “zephyrrose” na Plataforma X , out. 2024

Tweet representativo das punições simbólicas digitais, no qual fãs anunciam e legitimam um boicote comercial coordenado contra a SM Entertainment, articulando sanções econômicas, protestos ritualizados das fãs coreanas contra a volta de Seunghan ao RIIZE com as coroas de flores e campanhas digitais, como forma de pressão institucional pela reparação do caso do artista. Esse movimento evidencia a transformação do sofrimento parassocial em ação coletiva organizada, na qual o fandom passa a operar como agente de pressão, apropriando-se de repertórios típicos de movimentos sociais e disputas corporativas.

Na Categoria 6, relativa à defesa, minimização e construção de contra-narrativas, observam-se postagens, nas quais os fãs argumentam que o artista não deveria ser punido por possuir uma vida pessoal. Em diversos conteúdos, inclusive, aparece um tom irônico, como nas comparações que apontam o absurdo de um grupo ser “cancelado” em razão de relacionamentos afetivos. Também são frequentes as comparações com outros casos similares na indústria, em que ídolos enfrentaram polêmicas e posteriormente retornaram às atividades. Esse conjunto discursivo expressa não apenas apoio ao artista, mas também a expectativa de uma resposta institucional que pudesse viabilizar sua reintegração.

No conjunto dos 60 tweets selecionados para análise qualitativa, identificou-se que uma parcela significativa das postagens - aproximadamente 20 tweets- se enquadram na Categoria 6, relacionada à defesa, minimização e construção de contra-narrativas. Esses enunciados sustentam, de modo recorrente, o argumento de que Seunghan não deveria ser punido por possuir uma vida pessoal, especialmente no que se refere a comportamentos como relacionamentos afetivos e hábitos considerados comuns antes do debut.

Entre essas postagens, observa-se a mobilização frequente de comparações com outros casos da indústria do K-pop, nos quais, ídolos mantiveram suas carreiras mesmo após a revelação de relacionamentos ou a constituição de família. Além disso, parte relevante desses tweets expressa a avaliação de que a reação das fãs sul-coreanas teria sido excessiva, moralizante e desproporcional, deslocando a responsabilidade do conflito para o fandom local e para a agência.

Essas contra-narrativas, apesar de não serem predominantes no debate geral da plataforma, desempenham um papel crucial no conjunto analisado, pois encapsulam disputas simbólicas essenciais do caso, sustentando, de maneira simbólica, a continuidade do artista no imaginário do fandom, mesmo após sua desvinculação institucional do grupo. Nesse contexto, a Categoria 6 é exemplificada a seguir por meio de dois trechos de tweets escolhidos por sua relevância representativa, os quais evidenciam estratégias discursivas habituais de defesa do artista, mitigação do alegado desvio e elaboração de contra-narrativas no caso Seunghan.

Figura 32 – Desfecho do cancelamento e atribuição de culpa



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “ ” na Plataforma X , out. 2024

Em seu tweet fã atribui à saída de Seunghan do RIIZE à falha da SM Entertainment em protegê-lo de fãs hostis e à pressão moral decorrente da exposição de sua vida privada. A atribuição da culpa à empresa, nesse conflito, pode ser compreendido por Taylor (2003) não só como um ato

de encerramento do conflito, mas como uma nova etapa de reintegração performática no campo simbólico marcado por disputas narrativas entre instâncias institucionais e vozes do fandom.

Figura 33 – Satirização da normalização da culpa e ritual de desculpas



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “marcela” na Plataforma X, out. 2024

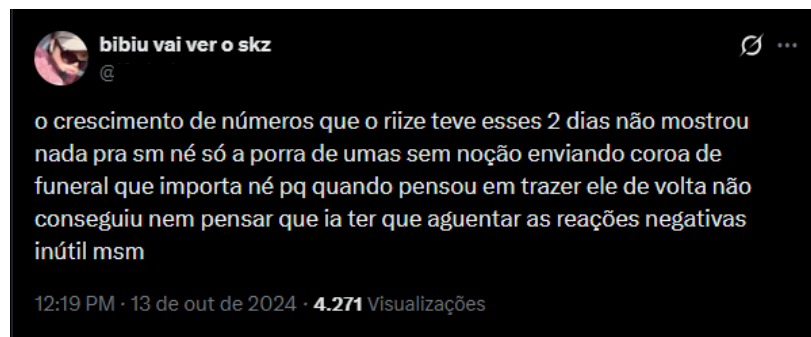
Tweet publicado após a divulgação da carta de desculpas de Seunghan, no qual a usuária relativiza os comportamentos atribuídos ao artista por conta dos vazamentos de imagens suas fumando e em um momento íntimo com sua ex-namorada. A usuária denominada “marcela” enquadra esses momentos expostos da vida do artista como práticas comuns na indústria do K-pop.

Já a Categoria 7, evidencia que o sentimento de traição direciona-se, majoritariamente, à empresa, e não ao artista. Isso ocorre porque os fãs percebem que a agência não foi capaz de protegê-lo adequadamente e teria se alinhado, prioritariamente, às demandas das fãs sul-coreanas que defendem sua saída, em detrimento dos fãs internacionais que, em sua maioria, desejavam a permanência de Seunghan no grupo. Nesse sentido, a quebra da idealização incide mais sobre a relação dos fãs internacionais com a empresa do que sobre o vínculo com o artista. Ademais, essa categoria aparece de forma mais explícita nas narrativas que buscam explicar os motivos pelos

quais o cancelamento se consolidou no contexto sul-coreano, diferentemente do que ocorreu entre os fãs internacionais, onde não se observou um consenso em torno da exclusão do artista.

Os dados mostram que a traição mencionada nas postagens se refere principalmente à empresa e não ao artista. Fãs internacionais, frequentemente, mencionam que a SM teria “ignorado” os fãs internacionais e privilegiado, exclusivamente, a pressão dos fãs sul-coreanas. A transferência da frustração para a instituição, ao invés de para o idol, evidencia, de maneira empírica, a quebra da idealização da instituição e a manutenção do laço afetivo parassocial com o artista. Além disso, as postagens sugerem que Seunghan pode ter sido pressionado, por meio de bullying em grupo, fazendo com que sua saída fosse interpretada como uma forma de coerção moral.

Figura 34 – Reação negativa ao desfecho institucional



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “bibiu vai ver o skz” na Plataforma X , out. 2024

Postagem publicada na plataforma X, na qual a usuária manifesta frustração com a SM Entertainment, acusando a empresa de ignorar indicadores de crescimento do grupo e de priorizar protestos simbólicos de um segmento específico do fandom.

Figura 35 – Reivindicação de atenção aos fãs internacionais



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “Nanda” na Plataforma X , out. 2024

A fã no tweet acima critica a forma como as empresas de entretenimento hierarquizam seus públicos, privilegiando determinados segmentos, nesse caso em especial, focando apenas nos fãs domésticos, em detrimento de uma base internacional economicamente relevante, conforme mostrado por Sounders (2022). Ao reivindicar que fãs estrangeiros também “gastam dinheiro”, tanto os caminhões de protesto na imagem comentada em frente à SM Entertainment, quanto a fã que tweet denunciam a exclusão dos fãs internacionais do processo decisório.

Por fim, na Categoria 8, referente aos efeitos simbólicos e ao encerramento do caso, observa-se que, esse desfecho não se configura de maneira linear ou conclusiva, mas como um processo ainda marcado por tensões e ressignificações. Mesmo após o anúncio oficial do afastamento e, posteriormente, da saída de Hong Seunghan do RIIZE, continuam circulando conteúdos que expressam remorso, insatisfação e questionamentos por parte dos fãs, sobretudo dos internacionais. Um elemento recorrente nas narrativas posteriores diz respeito à associação entre acontecimentos negativos envolvendo o grupo - como o cancelamento recente de um show nos Estados Unidos em razão da baixa venda de ingressos e a decisão de afastar o artista. Nessas

postagens, emerge o argumento de que, caso a opinião dos fãs internacionais tivesse sido considerada, tais prejuízos não teriam ocorrido, reforçando a percepção de que a exclusão do artista teria impactado negativamente a trajetória do grupo. Ao mesmo tempo, observa-se o esvaziamento progressivo do debate, motivado por um sentimento de cansaço coletivo, após sucessivas tentativas de boicote, interrupção de compras de álbuns e articulações com lojas para suspensão das vendas. Nesse momento temporal, após a saída efetiva de Seunghan, o debate passou a assumir um caráter predominantemente unilateral, restrito às discussões entre os próprios fãs, sem interlocução efetiva com a empresa.

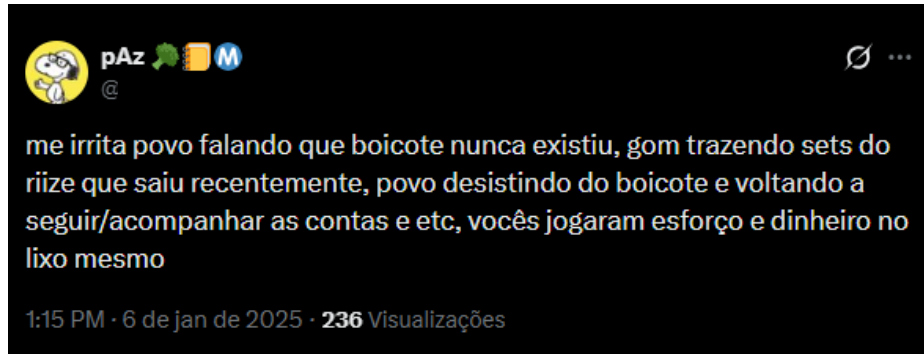
Figura 36 – Retaliação mercadológica à escuta seletiva



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “sasha; au no -” na Plataforma X , out. 2025

Em tweet, fã relaciona o cancelamento de um show do RIIZE nos Estados Unidos à decisão anterior de afastar Seunghan do grupo. O contexto da postagem precede a turnê atual do grupo, que mesmo um ano após a saída de Seunghan, ainda passa por certa retaliação de consumo pelos fãs ocidentais.

Figura 37 – Frustração com o enfraquecimento do boicote



Fonte: Print de postagem de *fanaccount* “pAz” na Plataforma X, jan. 2025

No tweet, a fã demonstra frustração ao lembrar do boicote que foi realizado em apoio a Seunghan e que agora parece ter perdido força, principalmente pelo fato de que o fandom está desgastado de maneira emocional, financeira e simbólica dos acontecimentos, sem conseguir convocar novas ações.

Por fim, na Categoria 8, que se refere aos efeitos simbólicos e ao encerramento do caso, observa-se que o desfecho do cancelamento não se configura de maneira linear ou definitiva, mas como um processo prolongado, marcado por ressignificações, tensões remanescentes e disputas interpretativas. Apesar do comunicado oficial sobre o afastamento e, em seguida, a saída definitiva de Hong Seunghan do RIIZE, seguiram circulando publicações que demonstravam arrependimento, insatisfação e dúvidas, especialmente entre os admiradores internacionais. Isso sugere que o término formal da situação não resultou em um encerramento simbólico no contexto do fã-clube.

Uma característica frequente nessas narrativas tardias é a ligação entre eventos negativos subsequentes que dizem respeito ao grupo, como ilustrado na figura 35. Na mencionada postagem, é apresentado o argumento de que a exclusão de Seunghan teria afetado de maneira negativa a trajetória do RIIZE no mercado global, evidenciando a impressão de que a empresa negligenciou a importância econômica e simbólica dos fãs internacionais. Esse tipo de afirmação evidencia a continuidade de uma interpretação causal do conflito, na qual os impactos negativos experimentados pelo grupo são reconfigurados como repercussões diretas das decisões institucionais tomadas ao longo do processo de cancelamento.

Neste momento, a discussão apresenta uma natureza essencialmente intrafandom, limitando-se às interações entre os fãs, sem uma comunicação efetiva com a empresa.

Simultaneamente, nota-se um gradativo esvaziamento da mobilização, caracterizado por indícios de exaustão coletiva, após repetidas tentativas de boicote, interrupções no consumo de produtos oficiais e negociações com estabelecimentos para a suspensão das vendas. Esse esgotamento não sinaliza o esquecimento do ocorrido, mas sim a formação de uma memória crítica acerca do conflito, que continua presente no imaginário dos admiradores, embora de maneira menos intensa em sua manifestação.

É relevante salientar, neste contexto, a intersecção entre a Categoria 5 (punições simbólicas) e a Categoria 8, especialmente no que concerne à concretização física das sanções. Essa dinâmica se torna particularmente perceptível no segundo semestre de 2024, quando, em resposta a especulações sobre uma possível reintegração do artista, fãs sul-coreanas começaram a enviar coroas de flores à sede da SM Entertainment como uma forma de manifestação pública pela manutenção da inatividade dele. Em contraste, os admiradores internacionais preservaram suas manifestações predominantemente no meio digital, condenando o incidente e organizando mobilizações remotamente. Esse entrelaçamento demonstra que as categorias analíticas não funcionam de maneira isolada, mas se conectam de forma contínua durante o processo de cancelamento.

Sob a perspectiva da temporalidade, observa-se que, nos dias iniciais subsequentes ao vazamento das imagens, registrou-se uma escassa ocorrência de manifestações, mantendo-se a rotina habitual do fandom, voltada para conteúdos promocionais e de engajamento favorável. A partir de 20 de novembro de 2023, constata-se, contudo, uma intensificação notável das publicações, impulsionada pela ausência do artista em uma apresentação do grupo, interpretada como um indicativo claro de distanciamento. Um outro momento significativo acontece em outubro de 2024, durante os protestos presenciais das fãs sul-coreanas. Esses momentos de mudança atestam que o cancelamento de Seunghan se configurou como um processo narrativo e performático contínuo, no qual diversas categorias analíticas se sobrepõem e se reconfiguram ao longo do tempo, gerando efeitos simbólicos persistentes tanto para o artista quanto para o seu fandom, além da própria imagem institucional da empresa.

Considerações finais

Este trabalho se propôs investigar o processo de cancelamento do artista Hong Seunghan, ex-integrante do grupo RIIZE, por meio da recepção dos fãs pelas redes sociais, fazendo com que o fenômeno da cultura do cancelamento fosse compreendido como um processo narrativo-performático. Esse acontecimento, na carreira do ídolo coreano, foi atravessado por disputas morais, mobilizações afetivas e estratégias institucionais de gestão de imagem. Ao adotar a Análise de Conteúdo articulada ao Estudo de Caso e ao Roteiro Performático, buscou-se apreender as dinâmicas simbólicas que estruturam o cancelamento no contexto da cultura pop e dos fandoms digitais.

Quanto aos fandoms digitais e sua influência em ocorridos como este, por meio dos dados, ficou evidenciado uma predominância dos fãs internacionais no corpus, pois além desse agrupamento ter uma forte presença na defesa do artista, eles também queriam demonstrar seu poder perante a empresa que gerencia tanto o artista, quanto o grupo ao qual ele fazia parte. O chamado “cancelamento”, nesse sentido, mostrou-se profundamente desigual e fragmentado, assumindo contornos distintos conforme o contexto cultural e geográfico dos públicos envolvidos. As categorias de análise permitiram enxergar que a presença do fandom internacional deu voz ao movimento que ia contra o cancelamento do artista, que não estava ocorrendo de forma consensual de todos os fãs do grupo, evidenciando a presença de um agrupamento de admiradores transculturais. Com isso, o caso demonstrou que nessas dinâmicas há uma centralidade da mobilização digital, principalmente quanto à *fanwars*, na qual o espaço que antes era compartilhado por afetos e apoio, se transforma em um tribunal moral com punições simbólicas, que, ao invés de serem transmitidas ao artista, serão deslocadas à empresa que o gerencia, transferindo a ela o sentimento de traição por eles não estarem prezando pelo artista.

Dentro do ponto de vista teórico, os achados confirmam a pertinência de compreender o cancelamento como uma performance cultural, nos termos de Taylor (2003), e como uma narrativa social, conforme propõe Soares (2015), que se desenvolve em atos sucessivos, mobilizando arquivos, repertórios, afetos e disputas simbólicas. Além disso, os resultados dialogam diretamente com os estudos de fãs ao evidenciar que em casos como o presente nesta análise, os fandoms não constituem espaços homogêneos de apoio, mas arenas complexas de conflito, negociação e produção de sentidos, o que é amparado pelos estudos de Greco (2023).

Como contribuição, este estudo amplia a compreensão do *K-pop* e principalmente da cultura do cancelamento no gênero musical a partir de uma perspectiva transcultural, evidenciando as fraturas entre recepções locais e globais, bem como o papel central das plataformas digitais na intensificação desses embates. Ao mesmo tempo, este trabalho tem como objetivo reforçar a necessidade de pensar o cancelamento não apenas como mecanismo de responsabilização moral, mas como fenômeno que é atravessado por afetos, interesses simbólicos, disputas de poder e estratégias institucionais mesmo dentro dos fandoms, que, em uma situação como esta, podem ser quem promove esse ato, ou até mesmo as pessoas que tentam combatê-lo. Poder analisar o cancelamento de um artista dentro de seu fandom demonstra que o ato não ocorre e não se apresenta de forma homogênea, mas que a cada situação possui certas particularidades.

Por fim, é importante reconhecer que esta pesquisa apresenta certas limitações, sobretudo quanto ao recorte do corpus, restrito à plataforma X e a um único estudo de caso. Assim, sugere-se que investigações futuras possam explorar, comparativamente, outros casos de cancelamento no *K-pop*, incorporar diferentes plataformas digitais - como TikTok e Instagram, mas também os fóruns de fãs como o Weibo e até mesmo as redes Weverse e Bubble, citadas nesta dissertação, mas a partir de um outro viés, bem como considerar abordagens que possam incluir entrevistas com fãs, profissionais da indústria e especialistas, de modo a aprofundar a compreensão das múltiplas camadas que atravessam a cultura do cancelamento na música pop contemporânea. Outra contribuição futura poderia ser direcionada às diferenças existentes entre as duas partes de um mesmo grupo de fãs, principalmente no âmbito de *fanwars* relacionadas a diferenças culturais entre os fãs internacionais e aos fãs domésticos do gênero. Contribuições referentes à abordagem do cancelamento de ídolos sul-coreanos pelos meios de comunicação especializados e ao mercado de informações desse gênero também poderiam ainda acrescentar à temática do estudo.

Referências Bibliográficas

- ABIDIN, Crystal. *Communicative ♥ Intimacies: influencers and perceived interconnectedness*. **Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology**, n. 8, p. 1–16, 2021. Disponível em: <https://scholarsbank.uoregon.edu/server/api/core/bitstreams/a18cd997-772b-42f9-acb3-096dadfa2eae/content> Acesso em: 26 jun. 2024
- Alberto, T. P., & Pereira de Sá, S. . (2021). As controvérsias de Morrissey e a cultura do cancelamento: Uma batalha nas guerras culturais da música pop . *Revista Eco-Pós*, 24(2), 252–276. <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27697> Acesso em: 6 mar. 2026
- ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. Seleção de textos de Jorge Mattos Brito de Almeida. 17. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AMARAL, Adriana da Rosa; CAETANO, Stella Mendonça. “Los fascistas no bailan en nuestra obscuridad?”: seguindo as pistas digitais de um caso de cancelamento na subcultura gótica. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 34., 2025, Curitiba. *Anais...* Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2025.
- AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 23-38, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201813>. Acesso em: 28 mar. 2026.
- AUH, M. Creativity and innovation in the K-pop system and a possible link with pansori. *The Journal of Creative Behavior*, v. 59, n. 1, e642, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1002/jocb.642>
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAYM, Nancy K. *Playing to the crowd: musicians, audiences, and the intimate work of connection*. New York: New York University Press, 2018. ISBN 978-1-479-89616-5.
- BOOTH, Paul. *Digital fandom: new media studies*. New York: Peter Lang, 2010. 231 p. ISBN 978-1-4331-1070-2.
- BRESSAN, Flavio. O método do estudo de caso. 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31803.39207>. Acesso em: 23 out. 2025.
- BHUTIA, Tshepal Gyaltzen; NARVEY, Rakesh. *Research on the exploitation of artists in the K-Pop industry*. *International Journal of Finance, Marketing and Retailing*, v. 3, n. 3, 2024. Disponível em: <https://www.ijfmr.com/papers/2024/3/20322.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2025.

CAMPANELLA, Bruno. Regimes de visibilidade, poder disciplinar e reconhecimento nas mídias sociais. *Galáxia (São Paulo)*, São Paulo, v. 48, e62494, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/zJKgKbz8pYJLWKbHrkcDGKJ/>. Acesso em: 6 mar. 2026

COIMBRA, M. N. C. T.; MARTINS, A. M. O. O estudo de caso como abordagem metodológica no Ensino Superior. *Nuances: estudos sobre Educação, Presidente Prudente*, v. 24, n. 3, p. 31-46, set./dez. 2013.

CHIOU, Rocco. We need deeper understanding about the neurocognitive mechanisms of moral righteousness in an era of online vigilantism and cancel culture. *AJOB Neuroscience*, v. 11, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/21507740.2020.1830872> Acesso em: 26 jun. 2025.

CHIN, B., & MORIMOTO, L. H. (2024). RUMO A UMA TEORIA DO FANDOM TRANSCULTURAL. *Brazilian Creative Industries Journal*, 4(1), 24–45. <https://doi.org/10.25112/bcij.v4i1.3826> . Acesso em: 6 mar. 2026

CHOW, Makayla. *Inside the world of obsessive K-pop fans*. Medium, 2021. Disponível em: https://medium.com/@maschow_61961/inside-the-world-of-obsessive-kpop-fans-ec966ad5ee43. Acesso em: 26 abr. 2025.

CHUNG, Edward Y. J. *Korean Confucianism: tradition and modernity*. Seoul: The Academy of Korean Studies Press, 2015. (The Understanding Korea Series, 3). ISBN 979-11-86178-14-0-03150.

COLLINS, W. Andrew; VAN DULMEN, Manfred H. M. The course of true love(s). In: CHRIS, A.; COLLINS, W. A. (org.). *Romantic relationships in emerging adulthood*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. p. 63-89. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511606647.006>. Acesso em: 12 ago. 2025.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The mediated construction of reality** Cambridge: Polity Press, 2017.

DEWET, IMENES E PAIK.. *K-Pop - Manual de Sobrevivência: Tudo o que você precisa saber sobre a cultura pop coreana*, 2017.

DEWET, IMENES E PAIK. *K-Pop - Além da sobrevivência: Tudo o que você ainda precisa saber sobre a cultura pop coreana*, 2019.

DICIO. Ídolo. *Dicionário Online de Português*. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/ídolo/>. Acesso em: 26 jun. 2025.

DINGSUN, Tiger. *I Have No Choice But to Stan: Manufacturing Desire Within the Affective Economy of K-Pop*. *Adjacent – Issue 11: Sweat*, Nova York, 2025. Disponível em: <https://itp.nyu.edu/adjacent/issue-11/i-have-no-choice-but-to-stan-manufacturing-desire-within-the-affective-economy-of-k-pop-2/>

DREW. How does Korean idol culture differ from western celebrity culture? Quora, [s. l.], 2020. Disponível em: <https://www.quora.com/unanswered/How-does-Korean-idol-culture-differ-from-western-celebrity-culture>. Acesso em: 15 jun. 2025.

EAGLEHAWK, Wallea. *Idol limerence: the art of loving BTS as phenomena*. [S.l.]: Revolutionaries, 2020.

EKBERG, Merryn. The parameters of the risk society: a review and exploration. *Current Sociology*, v. 55, n. 3, p. 343–366, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0011392107076080>

FANDOM. In: *Cambridge Dictionary*. Cambridge: Cambridge University Press. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fandom>. Acesso em: 8 nov. 2025.

FEBRIANTI, Nadhira Putri; MAULANA, Aldian; PRAMANA, Gora. The K-Pop Fans Perception Over a Cancel Culture Phenomenon. *Proceedings of the International Conference on Social and Political Development (ICOSOP)*, v. 4, p. 183–191, 2021.

FERNANDES, Paula. O relato autobiográfico e as relações parassociais: celebridades construídas para consumo? *40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*, Curitiba, PR, 04 a 09 set. 2017. 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/34354700/O_relato_autobiografico_e_as_relacoes_parassociais_celebidades_construidas_para_consumo

FRANÇA, Vera. Celebridade e cultura do consumo: a invenção de uma “pessoa pública”. In: FRANÇA, Vera (org.). *A vida como ela é na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2014. p. 83–102.

FRANCO, M. L. P. B. *Análise do conteúdo*. Brasília: Liber Livro, 2008

GILES, David C.; MALTBY, John. The role of media figures in adolescent development: Relations between autonomy, attachment, and interest in celebrities. *Personality and Individual Differences*, v. 36, n. 4, p. 813–822, 2004. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(03\)00154-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(03)00154-5). Acesso em: 12 ago. 2025.

GLOSSÁRIO: Soft Power. *Relações Exteriores*. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/glossario/soft-power/#Definica>. Acesso em: 16 out. 2025

GRECO, Clarice. Análise de conteúdo em pesquisas de fãs nas redes sociais: reflexões e possibilidades de aplicação. In: AZAMBUJA, Patrícia; RABÊLO, Melissa Moreira (org.). *Ensaio sobre experiências com os sujeitos da pesquisa*. São Luís: EDUFMA, 2023. p. 97–121. (Coletânea Observatório em Experiências Expandidas em Comunicação, v. 3). Disponível em: <https://www.edufma.ufma.br/index.php/produto/ensaios-sobre-experiencias-com-os-sujeitos-da-pesquisa/>. Acesso em: 12 dez. 2025.

GRECO, Clarice; PONTES, Enoe Lopes. Disputas de sentido em comunidades de fãs: amor e ódio entre Riverdalians. *Revista Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 1, p. 27–45, 2020.

HANNY, Dunia Schabib. *K-Pop a Fantástica Fábrica de Ídolos*. 2020

HE, Yiqing; SUN, Ying. Breaking up with my idol: a qualitative study of the psychological adaptation process of renouncing fanship. *Frontiers in Psychology*, v. 13, 16 dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1030470>

HEINICH, Nathalie. *Mapping intermediaries in contemporary art according to pragmatic sociology*. *European Journal of Cultural Studies*, v. 15, n. 6, p. 695-702, 2012.

HELLEKSON, Karen; BUSSE, Kristina. *Fan fiction and fan communities in the age of the Internet*. Jefferson, NC: McFarland & Company, 2006.

HENDRICKX, J., & VAN DEN BULCK, H. Rumor has it: epistemology of celebrity journalism in the Flemish digital media ecology. *Journalism*, v. 26, n. 7, p. 1391-1410, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/14648849241263328>

HERBRINK, Kayleigh. *Oppa didn't mean it: examining parasocial interaction and social responsibility in K-pop fandom*. 2020. Bachelor Thesis (Graduação em Mídia e Estudos Culturais) – Leiden University, Leiden, 2020. Disponível em: <https://studenttheses.universiteitleiden.nl/handle/1887/135744>

HILLS, Matt. *Fan cultures*. London: Routledge, 2002.

HILLS, Matt. Romantic comedy, parasociality and contemporary media culture. In: TURNER, Graeme (org.). *A companion to celebrity*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2015.

HORTON, Donald; WOHL, R. Richard. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, v. 19, n. 3, p. 215–229, 1956.

HU, M. The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, v. 5, n. 3, p. 217–231, 2016. DOI: 10.1037/ppm0000068

IWICKA, Renata. *There will be blood – the darker side of K-pop fandom*. 2014.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 2006

JUNG, Sun. K-pop, Indonesian fandom, and social media. *Transformative Works and Cultures*, v. 8, 2011. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/289>. Acesso em: 12 mar. 2025.

KING-O'RIAIN, Rebecca Chiyoko. “They were having so much fun, so genuinely...”: K-pop fan online affect and corroborated authenticity. *New Media & Society*, v. 23, n. 9, p. 2820-2838, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820941194>

KARHAWI, Issaaf. *Na tela da TV e do computador: as celebridades youtubers*. 2017

LANA, Lígia. *Jornalismo de celebridade, interesse humano e representações femininas na contemporaneidade*. 2014. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/304834962_Jornalismo_de_celebridade_interesse_humano_e_representacoes_femininas_na_contemporaneidade

LIE, John. *K-Pop: Popular Music, Cultural Amnesia, and Economic Innovation in South Korea*. Oakland: University of California Press, 2015.

LIU, Jingwen et al. The relationship between celebrity worship and adolescents' aggressive behavior: The mediating role of moral disengagement and the moderating role of gender. *Frontiers in Psychology*, v. 13, p. 865698, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865698>. Acesso em: 12 ago. 2025.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; LEMOS, Lígia Prezia; CASTILHO, Fernanda. *Sujeito acadêmico e seu objeto de afeto: aca-fãs de ficção televisiva no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2017. Disponível em: <https://www.academia.edu/35538169>. Acesso em: 30 set. 2025

MALTBY, John et al. Adolescent attachment and celebrity worship. *Personality and Individual Differences*, v. 38, n. 2, p. 281-292, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.04.020>. Acesso em: 12 ago. 2025.

MASSAROLO, João Carlos. Storytelling transmídia: narrativa para múltiplas plataformas. *Triade: Comunicação, Cultura e Mídia*, Sorocaba, SP, v. 1, n. 2, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/1764>. Acesso em: 29 out. 2025.

MATTANAH, Jonathan F. I. et al. Parental attachment, separation–individuation, and college student adjustment: A structural equation analysis of mediational effects. *Journal of Counseling Psychology*, v. 51, n. 2, p. 213-225, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0022-0167.51.2.213>. Acesso em: 12 maio. 2025.

McCUTCHEON, Lynn E. et al. Exploring the link between attachment and the tendency to form parasocial relationships. *North American Journal of Psychology*, v. 4, n. 1, p. 213-230, 2002.

McCUTCHEON, Lynn E. et al. Parasocial love and loss: How breakup distress, attachment style, and celebrity worship are related to parasocial breakup distress. *Current Psychology*, v. 40, p. 5735-5746, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00503-5>. Acesso em: 12 mar. 2025.

MEESE, Kathryn, "You and I: Parasocial Relationships, Social Media, and Fan Labor in the One Direction Fandom" (2021). *Honors College Theses*. 322. https://digitalcommons.pace.edu/honorscollege_theses/322

MEYERS, E. "Can You Handle My Truth?": Authenticity and the Celebrity Star Image The *Journal of Popular Culture*, v. 42, n. 5, 2009.

MIN, W., JIN, D. Y., & HAN, B. Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space. *Media, Culture & Society*, 2019.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MORIMOTO, Lori Hitchcock; CHIN, Bertha. Towards a Theory of Transcultural Fandom. In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee (Ed.). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: NYU Press, 2017. p. 93–109.

MORIMOTO, Lori. Transcultural fan studies as methodology. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/j.ctv20dsbvz.7>. Acesso em: 12 ago. 2025

OH, Chuyun. *K-pop dance: fandoming yourself on social media*. New York: Routledge, 2022. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003212188>

PIETERSE, Jan Nederveen. *Globalization and culture: global mélange*. 3. ed. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2015.

PUTRA, Wahyu; FEBRIANA, Poppy. Using the Weverse Digital Application as a New Media for Interaction Between K-Pop Artists/Idols and Their Fans: Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan para Penggemarnya. 2023. DOI: 10.21070/ups.3072

PRIBERAM.Ídolo. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/ídolo>. Acesso em: 26 jun. 2025.

REDDIT. Do you prefer when company showing their trainees far from debut or keep it secret until debut? *r/kpophoughts*, 2022. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophoughts/comments/t42uge/do_you_prefer_when_company_showing_their_trainees/. Acesso em: 26 jun. 2025.

REDDIT. Have you ever wondered how do idols balance their personal life with their career? *r/kpophoughts*, 2020. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophoughts/comments/igg2ce/have_you_ever_wondered_how_do_idols_balance_their/. Acesso em: 26 jun. 2025.

REDDIT. The appeal of being an idol to trainees. *r/kpophoughts*, 2024. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophoughts/comments/1hpvob0/the_appeal_of_being_an_idol_to_trainees/. Acesso em: 26 jun. 2025.

REDDIT. Where do K-pop trainees live? *r/kpophelp*, 2023. Disponível em: https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/15qz4e8/where_do_kpop_trainees_live/. Acesso em: 26 jun. 2025.

ROJEK, Chris. *Celebrity*. Londres: Reaktion Books, 2001.

SAAD, Elizabeth. O que podemos falar sobre “cultura do cancelamento”? Em debate. COM+: ECA-USP, 2020. Disponível em: <<http://www.commais.org/2020/08/o-que-podemos-falar-sobre-cultura-docancelamento/>>. Acesso em 30 set.2025.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. Análise de Conteúdo categorial: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.

SARI, L. M.; PRASETYAWAN, Y. Y. Pengalaman informasi remaja di Kota Semarang menggunakan media sosial dalam mengikuti tren *Korean Wave*. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, v. 7, n. 1, p. 110–125, 2023. DOI: <https://doi.org/10.14710/anuva.7.1.110-125>

SEGABINAZZI, Tiago. *Facada News: Pós-verdade e notícias falsas no Twitter em torno do atentado a Bolsonaro*. *Revista Brasileira de Estudos da Comunicação*, 2020. Disponível em: <https://www.estudoscomunicacionais.com.br>.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SOARES, Thiago. *A música pop e suas performances*. Salvador: EDUFBA, 2015.

SOH, E. ‘Sasaeng stalkers’ (part 1): *K-pop fans turn to blood, poison for attention*. Yahoo! Singapore, 2012. Disponível em: <https://sg.style.yahoo.com/blogs/singapore-showbiz/sasaeng-groupies-gone-wild-part1-k-fans-141105992.html>. Acesso em: 13 jun. 2025

SOUDERS, A. J. *The globalization of K-pop and the role of parasocial relationships*. 2022. Thesis (Master of Arts in Communication) – Temple University, Philadelphia, 2022. Disponível em: <https://scholarshare.temple.edu/server/api/core/bitstreams/636811ca-840e-4a3b-8b11-04ae32975637/content> Acesso em: 26 jun. 2025.

SOUTH CHINA MORNING POST. Why is Korea so quick to cancel its stars? *South China Morning Post*, 2021. Disponível em: <https://www.scmp.com/week-asia/people/article/3134453/why-korea-so-quick-cancel-its-stars>. Acesso em: 26 jun. 2025.

STEVENS, E. S.; HAMANN, S. Sex differences in brain activation to aversive stimuli. *NeuroReport*, v. 23, n. 7, p. 474-478, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1097/WNR.0b013e3283531e6b>. Acesso em: 12 jul. 2025.

TABASNIK, Rafaela de Carvalho. *Controvérsias da Cultura do Cancelamento em plataformas digitais: performances em torno da influencer digital Gabriela Pugliesi*. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Digital) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo, 2020

TABASNIK, Rafaela de Carvalho. “O Brasil tá vendo”: os enquadramentos sobre a cultura do cancelamento nas relações performáticas entre o Big Brother Brasil 21 e as audiências do Twitter. 2023. 108 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2023.

TAYLOR, Diana. *The archive and the repertoire: performing cultural memory in the Americas*. Durham: Duke University Press, 2003.

TINALIGA, Brittany. “At War for Oppa and Identity”: *Competitive Performativity Among Korean-Pop Fandoms*. 2018. Disponível em: <https://repository.usfca.edu/capstone/768/> . Acesso em: 26 set. 2024.

VENTURA, Magda. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. *Revista SOCERJ*, [s.l.], 2007. Disponível em: <https://sociedades.cardiol.br>. Acesso em: 26 set. 2024

VIEIRA, Eloy Santos; COSTA, Sarah Moralejo da. Quem sou eu: fã ou acadêmico? A centralidade do debate metodológico em torno do conceito de aca-fã. In: VIEIRA, Eloy Santos; AMADO, Aianne; AMARAL, Adriana da Rosa (org.). *Por que estudar fãs na Comunicação?* Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2025. p.39- 64 . DOI: <https://doi.org/10.64275/25EVAAAA>

WILLIAMS, J. & HO, Samantha. (2015). “Sasaengpaen” or K-pop Fan? Singapore Youths, Authentic Identities, and Asian Media Fandom. *Deviant Behavior*. 1-14. 10.1080/01639625.2014.983011.

WEBER, B. **Makeover TV**: Selfhood, citizenship, and celebrity. Durham e London: Duke University Press, 2009.

XU, Rebecca. *K-Pop’s secret weapon: South Korea’s criminal defamation laws*. *San Diego International Law Journal*, v. 24, n. 1, 2022. Disponível em: <https://digital.sandiego.edu/ilj/vol24/iss1/7/>. Acesso em: 12 jun. 2025

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. Reimpressão, 2004.

YIP, Neville. *How effective are South Korea’s labor and contract laws in safeguarding minors in the K-pop trainee system*. In: ICILLP 2025 Symposium: Psychological Perspectives on Teacher-Student Relationships in Educational Contexts. Proceedings... [S.l.]: ICILLP, 2025. DOI: 10.54254/2753-7048/2025.NS26998.

ZHANG, Muxin. 2024. "Fandom Image Making and the Fan Gaze in Transnational K-pop Fan Cam Culture." In "Fandom and Platforms," edited by Maria K. Alberto, Effie Sapuridis, and Lesley Willard, special issue, *Transformative Works and Cultures*, no. 42. <https://doi.org/10.3983/twc.2024.2463>.

ZSILA, Ágnes et al. The association of celebrity worship with problematic internet use, maladaptive daydreaming, and desire for fame. *Journal of Behavioral Addictions*, v. 8, n. 3, p. 471-479, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.64>. Acesso em: 12 jul. 2025.