

Universidade do Estado do Pará  
Centro de Ciências Naturais e Tecnologia  
Curso de Bacharelado em Relações Internacionais  
Trabalho de Conclusão de Curso



ISA BRUNA DE OLIVEIRA VALENTE

어서 와 방탄은 처음이지:

**A influência do BTS como "*idols diplomatas*" na política externa da Coreia do Sul  
para a World Expo 2030**

BELÉM-PA

2023

ISA BRUNA DE OLIVEIRA VALENTE

어서 와 방탄은 처음이지:

**A influência do BTS como "*idols* diplomatas" na polícia externa da Coreia do Sul para a  
World Expo 2030**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),  
apresentado ao Centro de Ciências Naturais e  
Tecnologia da Universidade do Estado do Pará como  
requisito de qualificação de TCC do Curso de  
Bacharelado em Relações Internacionais.

Orientador (a): Milton Ribeiro da Silva Filho

BELÉM-PA

2023



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS NATURAIS E TECNOLOGIA  
CURSO DE BACHARELADO EM RELAÇÕES INTERNACIONAIS

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**“어서 와 방탄은 처음이지: A INFLUÊNCIA DO BTS COMO ‘IDOLS DIPLOMATAS’ NA POLÍCIA EXTERNA DA COREIA DO SUL PARA A WORLD EXPO 2030”**. Trabalho de Conclusão de Curso, foi apresentado como requisito necessário para obtenção do título de Bacharela em Relações Internacionais pela aluna **ISA BRUNA DE OLIVEIRA VALENTE**, em 09 de janeiro de 2024, na Universidade do Estado do Pará (UEPA), e aprovado pela Banca Examinadora, formada pelos seguintes membros:

**Me. Milton Ribeiro da Silva Filho, UEPA**  
Orientador

**Dra. Nayara Silva Ferreira, UEPA**  
Coorientadora

**Dra. Mayane Bento Silva, UEPA**  
1º Avaliador

**Dra. Brenda Thainá Cardoso de Castro, UNAMA**  
2º Avaliador

Belém/PA, 09 de janeiro de 2024.

ISA BRUNA DE OLIVEIRA VALENTE

어서 와 방탄은 처음이지:

**A influência do BTS como "*idols diplomatas*" na polícia externa da Coreia do Sul para a World Expo 2030**

Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), apresentado ao Centro de Ciências Naturais e Tecnologia da Universidade do Estado do Pará como requisito de qualificação de TCC do Curso de Bacharelado em Relações Internacionais.

Orientador (a): Prof. Dr. Milton Ribeiro da Silva Filho

Co-orientador (a): Prof. Dra. Naiara Silva Ferreira.

Banca Avaliadora

**Prof. Dra. Mayane Bento Silva**  
**Universidade do Estado do Pará**  
**Orientador (a)**

**Prof. Dra. Brenda Thainá Cardoso**  
**de Castro**  
**Universidade da Amazônia**  
**Avaliador (a)**

Apresentado em: 09 / 01 / 2024.

**Belém-PA**  
**2023**

## RESUMO

VALENTE, ISA. *어서 와 방탄은 처음이지: A INFLUÊNCIA DO BTS COMO "IDOLS DIPLOMATAS NA POLÍTICA EXTERNA DA CORÉIA DO SUL*. Orientador: Milton Ribeiro da Silva Filho. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Relações Internacionais) - Universidade do Estado do Pará, Belém, 2023.

Este trabalho analisa o papel do BTS como celebridades diplomáticas e sua influência na promoção do World Expo 2030 em Busan, Coreia do Sul. O grupo foi nomeado enviados especiais pelo presidente sul-coreano, obtendo passaportes diplomáticos e participando de campanhas contra a violência infantil, além de proferir um discurso na Assembleia Geral da ONU. A Coreia do Sul almejava usar a popularidade global do BTS como alavanca para promover Busan como o epicentro da inovação e cultura, visando sediar o World Expo 2030. No entanto, a perda da votação para sediar o evento evidenciou os desafios de alinhar a diplomacia de celebridades com eventos de grande escala, revelando uma dinâmica complexa entre popularidade internacional e objetivos políticos. O país enfrenta a necessidade de reavaliar seus objetivos após esse revés, destacando a interseção intrigante entre cultura pop global e ações governamentais. A trajetória da Coreia do Sul em megaeventos internacionais, como as Olimpíadas de Verão em 1988, simbolizou a superação de uma crise econômica, enquanto a indústria do K-pop e a diplomacia cultural sul-coreana desempenham papéis fundamentais na promoção internacional do país. Em suma, este estudo destaca a importância do BTS como celebridades diplomáticas e sua contribuição para a promoção do World Expo 2030 em Busan, ao mesmo tempo em que ressalta os desafios enfrentados pela Coreia do Sul na gestão de grandes eventos e na busca por equilibrar a

narrativa desejada com a capacidade prática de execução na diplomacia cultural.

Palavras-Chave: *Soft Power*, Coreia do Sul, BTS, Diplomacia Cultural, Diplomacia pública, *Hallyu*, *Korean Wave*

## ***ABSTRACT***

VALENTE, ISA. 어서 와 방탄은 처음이지: **A INFLUÊNCIA DO BTS COMO “IDOLS DIPLOMATAS NA POLÍTICA EXTERNA DA CORÉIA DO SUL PARA A WORLD EXPO 2030**. Orientador: Milton Ribeiro da Silva Filho. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Relações Internacionais) - Universidade do Estado do Pará, Belém, 2023.

*This paper analyzes the role of BTS as diplomatic celebrities and their influence on promoting the World Expo 2030 in Busan, South Korea. The group was appointed as special envoys by the South Korean president, obtaining diplomatic passports and participating in campaigns against child violence, as well as delivering a speech at the UN General Assembly. South Korea aimed to leverage BTS's global popularity to promote Busan as the epicenter of innovation and culture, with the goal of hosting the World Expo 2030. However, losing the bid to host the event highlighted the challenges of aligning celebrity diplomacy with large-scale events, revealing a complex dynamic between international popularity and political objectives. The country faces the need to reassess its goals after this setback, emphasizing the intriguing intersection between global pop culture and governmental actions. South Korea's journey in international mega-events, such as the 1988 Summer Olympics, symbolized overcoming an economic crisis, while the K-pop industry and South Korean cultural diplomacy play fundamental roles in the country's international promotion. In summary, this study underscores the importance of BTS as diplomatic celebrities and their contribution to promoting the World Expo 2030 in Busan, while highlighting the challenges faced by South Korea in managing large events and in balancing the desired narrative with the practical ability to execute cultural diplomacy.*

*Keywords: Soft Power, South Korea, BTS, Cultural Diplomacy, Public Diplomacy, Hallyu, Korean Wave*

## AGRADECIMENTOS

Ao invés de dedicar o trabalho, eu gostaria de dedicar as minhas músicas favoritas pra todas as pessoas importantes da minha vida, eu espero que essas músicas possam expressar toda a gratidão que eu tenho por vocês. *Life goes on, Magic Shop, Paradise, Reflection, A Supplementary Story: You Never Walk Alone, 2!3!, Epiphany, Answer: Love Myself* e muitas outras, pelos momentos em que eu me sentia sozinha e insuficiente, quando eu tinha medo do futuro e estava no meu pior momento, por me lembrar que ainda existem coisas pelas quais vale a pena continuar vivendo. *MAMA*, aos os meus pais e meus avós, que fizeram uma barco de papel para flutuar nos meus sonhos, que acreditaram em mim mesmo quando eu não acreditava, que seguraram a minha mão nos meus momentos bons e ruins e fizeram de tudo pra que eu pudesse chegar até aqui, por isso eu sou imensamente grata. *Begin*, porque eu também tenho uma irmã, e ela me fez começar e sonhar com um mundo que já não era tão grande e vazio, eu sei que ela choraria minhas lágrimas se pudesse, mal ela sabe que eu choraria todas as lágrimas do mundo pra que ela sorrisse, mesmo que eu não seja boa em demonstrar isso. *Friends*, aos meus amigos, que fazem meus dias mais brilhantes, mesmo que eu esteja na lua e eles nas estrelas, eu sei que eles estarão lá por mim assim como eu estarei por eles e eu espero que seja assim pela eternidade. *No*, por todos esses 4 anos. E *Spring Day*, por todas as primaveras que ainda virão, não importa quão longos os invernos sejam.

Tendo passado a parte bonitinha e boiolinha, eu gostaria de agradecer formalmente aos professores que fizeram parte da minha jornada acadêmica durante esses 4 anos; aos meus orientadores, o professor Milton e a professora Naiara (que mesmo não sendo oficialmente a minha orientadora também me ajudou bastante), que contribuíram para que esse trabalho se tornasse realidade; aos meus colegas, que participaram de trabalhos e projetos que me ensinaram muito; a Tia su, que sempre foi um amor de pessoa e suprimentos a minha necessidade diária de café e a faculdade como um todo, por ter me proporcionado os 4 anos que mudaram a minha vida.

“Não importa quem você seja, de onde você venha, sua cor de pele, sua identidade de gênero, apenas fale! Encontre seu nome e sua voz e fale por si próprio.”

(Kim Namjoon)

## SUMÁRIO

<b>RESUMO.....</b>	<b>4</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>5</b>
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1 Justificativa.....	12
1.2 Metodologia.....	12
1.3 Problema de pesquisa.....	13
1.4 Objetivo geral.....	13
1.5 Objetivos específicos.....	14
<b>2. A DIPLOMACIA CULTURAL DA COREIA DO SUL.....</b>	<b>14</b>
<b>3. A INDÚSTRIA DO K-POP E A DIPLOMACIA CULTURAL SUL COREANA.....</b>	<b>18</b>
<b>4. A TRAJETÓRIA DO BTS COMO “CELEBRIDADES DIPLOMÁTICAS”.....</b>	<b>22</b>
<b>5. A TRAJETÓRIA DA COREIA DO SUL AOS MEGA-EVENTOS INTERNACIONAIS.....</b>	<b>29</b>
<b>6. O QUE O WORLD EXPO 2030 SIGNIFICARIA PARA A COREIA E O QUE O BTS TEM A VER COM ISSO?.....</b>	<b>33</b>
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>42</b>

어서 와 방탄은 처음이지:

## **A influência do BTS como "idols diplomatas" na polícia externa da Coreia do Sul para a World Expo 2030**

Isa Bruna de Oliveira Valente

Prof. Milton Ribeiro da Silva Filho

Naiara Ferreira

**Resumo:** Este trabalho analisa o papel do BTS como celebridades diplomáticas e sua influência na promoção do World Expo 2030 em Busan, Coreia do Sul. O grupo foi nomeado enviados especiais pelo presidente sul-coreano, obtendo passaportes diplomáticos e participando de campanhas contra a violência infantil, além de proferir um discurso na Assembleia Geral da ONU. A Coreia do Sul almejava usar a popularidade global do BTS como alavanca para promover Busan como o epicentro da inovação e cultura, visando sediar o World Expo 2030. No entanto, a perda da votação para sediar o evento evidenciou os desafios de alinhar a diplomacia de celebridades com eventos de grande escala, revelando uma dinâmica complexa entre popularidade internacional e objetivos políticos. O país enfrenta a necessidade de reavaliar seus objetivos após esse revés, destacando a interseção intrigante entre cultura pop global e ações governamentais. A trajetória da Coreia do Sul em megaeventos internacionais, como as Olimpíadas de Verão em 1988, simbolizou a superação de uma crise econômica, enquanto a indústria do K-pop e a diplomacia cultural sul-coreana desempenham papéis fundamentais na promoção internacional do país. Em suma, este estudo destaca a importância do BTS como celebridades diplomáticas e sua contribuição para a promoção do World Expo 2030 em Busan, ao mesmo tempo em que ressalta os desafios enfrentados pela Coreia do Sul na gestão de grandes eventos e na busca por equilibrar a narrativa desejada com a capacidade prática de execução na diplomacia cultural.

**Palavras-chave:** *Soft Power*, Coreia do Sul, BTS, Diplomacia Cultural, Diplomacia pública, *Hallyu*, *Korean Wave*

### ***Abstract***

*This paper analyzes the role of BTS as diplomatic celebrities and their influence on promoting the World Expo 2030 in Busan, South Korea. The group was appointed as special envoys by the South Korean president, obtaining diplomatic passports and participating in campaigns against child violence, as well as delivering a speech at the UN General Assembly.*

*South Korea aimed to leverage BTS's global popularity to promote Busan as the epicenter of innovation and culture, with the goal of hosting the World Expo 2030. However, losing the bid to host the event highlighted the challenges of aligning celebrity diplomacy with large-scale events, revealing a complex dynamic between international popularity and political objectives. The country faces the need to reassess its goals after this setback, emphasizing the intriguing intersection between global pop culture and governmental actions. South Korea's journey in international mega-events, such as the 1988 Summer Olympics, symbolized overcoming an economic crisis, while the K-pop industry and South Korean cultural diplomacy play fundamental roles in the country's international promotion. In summary, this study underscores the importance of BTS as diplomatic celebrities and their contribution to promoting the World Expo 2030 in Busan, while highlighting the challenges faced by South Korea in managing large events and in balancing the desired narrative with the practical ability to execute cultural diplomacy.*

**Keywords:** *Tradução das palavras-chave.*

## 1. INTRODUÇÃO

A Coreia do Sul é um país que traz consigo a efervescência cultural do K-pop personificada pelo BTS, que tem desempenhado um papel proeminente no cenário internacional. Este trabalho busca contextualizar como a ascensão do BTS como celebridades diplomáticas foi usada como ferramenta para promover a imagem do país como candidato ideal para sediar o World Expo em 2030, explorando como o governo sul-coreano utiliza esse fenômeno como uma ferramenta estratégica de diplomacia. Ao mesmo tempo em que os membros do BTS emergem como ícones de uma nova era de celebridades diplomáticas, a Coreia do Sul enfrenta desafios consideráveis. O país, que já exibiu maestria ao sediar eventos de grande escala, agora vê-se compelido a reavaliar seus objetivos após perder a votação para sediar o Expo (BBC, 2023)<sup>1</sup>

O sonho de Busan sediar o World Expo 2030 foi fortemente impulsionado pela ideia de associar o prestígio global do BTS à imagem inovadora da cidade. Entretanto, esse sonho desfez-se em meio a desastres logísticos que marcaram eventos recentes no país. A realização do show do BTS em Busan, por exemplo, transformou-se em pesadelo logístico, revelando fragilidades que reverberam internacionalmente. Além disso, a relação ambígua da Coreia do Sul com o BTS complicou ainda mais seu cenário diplomático. A escolha do grupo como

---

<sup>1</sup> Francis Mao para a BBC News sobre o alistamento obrigatório do BTS.

embaixador do Busan World Expo 2030, apesar de sua recusa à isenção militar, destaca-se como uma contradição intrigante. O governo sul-coreano, ao negar inicialmente a isenção obrigatória do serviço militar para os membros do BTS, gerou controvérsias sinalizando uma ambiguidade perceptível na abordagem governamental (Lee, et. al, 2022)<sup>2</sup>

Adentrando na estrutura do artigo, este será dividido em quatro partes, a primeira concerne à trajetória da Coreia do Sul aos mega-eventos internacionais. Desde a realização bem-sucedida dos Jogos Olímpicos de Verão de 1988, em Seul, até a Copa do Mundo da FIFA em 2002, o país se estabeleceu como um anfitrião capaz e inovador. Esses eventos aprimoraram a infraestrutura e a reputação global da Coreia do Sul, e ofereceram plataformas únicas para a projeção da cultura sul-coreana no cenário mundial.

A segunda parte, será contextualizada como a ascensão global do K-pop, com o BTS na vanguarda, tornou-se um trampolim para a diplomacia cultural sul-coreana. O governo sul-coreano percebeu o potencial do K-pop como um veículo poderoso para espalhar a influência do país. A expansão da música sul-coreana além das fronteiras nacionais não só diversifica a imagem do país, como também cria um terreno fértil para a criação de laços transnacionais.

Na terceira parte, analisaremos como o BTS, como expoente máximo do K-pop, deixou de ser apenas uma sensação musical e tornou-se um ativo estratégico para o governo sul-coreano. O grupo foi nomeado enviados especiais pelo presidente da Coreia do Sul e obteve passaportes diplomáticos, projetando sua imagem para além das fronteiras musicais. Sua participação em campanhas como Love Myself, contra a violência infantil, e o histórico discurso na Assembleia Geral da ONU solidificaram sua posição como celebridades diplomáticas.

Na quarta e última parte, veremos como a tentativa de Busan sediar o World Expo 2030 testemunhou a convergência da influência do BTS com os objetivos governamentais. O governo sul-coreano almejava usar a popularidade global do BTS como alavanca para promover Busan como o epicentro da inovação e cultura. No entanto, eventos recentes mostram uma reviravolta, com a Coreia do Sul perdendo a votação para sediar o Expo. Este revés destaca os desafios de alinhar a diplomacia de celebridades com eventos de grande escala e revela uma dinâmica complexa entre popularidade internacional e objetivos políticos.

Sendo assim, este trabalho argumenta que o BTS, como celebridades diplomáticas, teve um papel importante para que a Coreia do Sul tivesse apoio para sediar o World Expo em Busan em 2030, uma vez que o país continua a usar a imagem do grupo como estratégia de

---

<sup>2</sup> Michelle Lee, Min Joo Kim é Lyric Li na matéria “A South Korean city badly wants the World Expo. BTS is its secret weapon.” publicada no The Washington Post.

promoção internacional. Integrando estruturas pré-existentes da participação do BTS em eventos internacionais como celebridades diplomáticas, a exemplo da campanhas Love Myself contra a violência infantil; e seu discurso na 76ª Assembleia Geral da ONU em 2021, já como enviados especiais do Presidente da Coreia do Sul e munidos de passaportes diplomáticos, será contextualizada a trajetória da Coreia do Sul como sede de megaeventos internacionais e o que esses, assim como o World Expo, representam para o país, buscando desvendar as complexas dinâmicas entre a diplomacia de celebridades, a gestão de megaeventos e as decisões políticas, delineando uma narrativa em que o BTS transcende seu papel na música para se tornar peça central nas estratégias de imagem e política internacional da Coreia do Sul.

### **1.1 Justificativa**

Esse trabalho se justifica pelo interesse em analisar como um único ator não tradicional das Relações Internacionais, nesse caso o BTS, pode influenciar a política externa de um país - Coreia do Sul, através da diplomacia cultural.

### **1.2 Metodologia**

Este trabalho está relacionado a linha de pesquisa 2, Política Internacional, Diplomacia e Política Externa, e busca analisar como a influência global do grupo de k-pop BTS é usada como ferramenta de diplomacia na execução da política externa da Coreia do Sul, tendo o Busan World Expo 2030 como exemplo e entender como a imagem do grupo é usada pelo governo para projetar a imagem do país internacionalmente.

Neste estudo de pesquisa explanatório, baseado em análises bibliográficas com enfoque qualitativo, planeja-se recolher dados por meio de trabalhos já publicados, recursos disponíveis na internet, visando responder à pergunta de investigação. O centro da atenção recai sobre o grupo de K-pop BTS e seu papel na diplomacia da Coreia do Sul, bem como sua influência na execução da política externa do país. Os documentos selecionados e as respostas obtidas passarão por uma categorização com base nas questões abordadas, permitindo a organização apropriada de cada tópico pertinente. Dessa maneira, a análise consistirá na comparação e na amalgamação dos dados contidos nessas fontes. Conseqüentemente, os temas serão dispostos em segmentos, e a avaliação dos resultados traduzirá um resumo das contribuições delineadas nos tópicos do artigo.

Tendo em vista que esta pesquisa visa analisar a influência do papel diplomático do BTS na política externa sul coreana, de forma a compreender como a indústria da música, através de um único grupo, afeta tanto a diplomacia do país quanto a execução dos planos do governo usando o Busan World Expo 2030 como referência. No que tange ao seu objetivo,

essa pesquisa pode ser classificada com um estudo de caso do tipo explanatório, uma vez que, “tais questões lidam com ligações operacionais que necessitam ser traçadas ao longo do tempo, em vez de serem encaradas como meras repetições ou incidências” (GIL, 2002).

Aqui foi empregado o método dedutivo, pois recorreu-se a conhecimentos amplamente aceitos acerca de conceitos como poder, soft power, cultura, diplomacia pública e diplomacia cultural, a fim de compreender como a atuação de um único grupo pode influenciar tanto a diplomacia nacional quanto a implementação das estratégias governamentais. Esse método se baseia em premissas previamente confirmadas por estudos relacionados, pois seu enfoque parte de teorias e leis que, de maneira abrangente, preveem a manifestação de fenômenos específicos; no caso em questão, de que maneira a participação desse único grupo pode exercer impacto tanto na diplomacia nacional como na concretização das estratégias governamentais (Marconi; Lakatos, 2003).

Quanto à natureza da pesquisa, sua classificação aponta para uma abordagem qualitativa. Isso decorre da natureza dos conteúdos estudados, os quais não podem ser quantificados de acordo com a visão de Marconi e Lakatos (2003). O dinamismo que existe entre os dados objetivos e as teorias utilizadas para sua análise reforça essa perspectiva. Vale destacar que a pesquisa é interdisciplinar, uma vez que incorpora teorias e conceitos de diferentes áreas, como Relações Internacionais e Ciência Política.

Para a obtenção de informações pertinentes a este caso atual, recorre-se à utilização de fontes bibliográficas, que abarcam desde livros até publicações periódicas e documentos oficiais do governo da República da Coreia, entre outros. Cabe ressaltar que a exploração destas fontes não visa a aplicação direta dos resultados obtidos. Logo, enquadra-se no contexto de uma pesquisa básica, com base em dados de fontes secundárias.

Através dessa análise, visamos entender como a Coreia do Sul, em face desses desafios, delineou seu caminho futuro, marcado pela interseção intrigante entre cultura pop global e ações governamentais.

### **1.3 Problema de pesquisa**

Qual é o impacto do BTS como celebridades diplomáticas e como sua fama contribuiu para que o governo sul-coreano pudesse se promover como sede do World Expo 2030?

### **1.4 Objetivo geral**

Este trabalho tem como analisar como a influência global do grupo de k-pop BTS é usada como ferramenta de diplomacia na execução da política externa da Coreia do

Sul, tendo o Busan World Expo 2030 como exemplo e entender como a imagem do grupo é usada pelo governo para projetar a imagem do país internacionalmente.

Esse trabalho tem como objetivo analisar a utilização da influência global do grupo de K-pop BTS como ferramenta estratégica para promover a Coreia do Sul internacionalmente, com destaque para a candidatura da cidade de Busan para sediar o World Expo 2030, ilustrando a maneira como a notoriedade do BTS é integrada da forma planejada nas estratégias diplomáticas, delineando a interseção entre a influência do grupo e os esforços governamentais para a projeção internacional.

### **1.5 Objetivos específicos**

Determinar o papel do BTS como celebridades diplomáticas;

Analisar se esse status de celebridades diplomáticas têm influência na promoção do World Expo 2030 que seria sediado na Coreia do Sul;

Estabelecer como o grupo contribui para que o governo Sul coreano em seus planos de sediar um evento como o World Expo, promover seus e alcançar seus objetivos;

## **2. A DIPLOMACIA CULTURAL DA COREIA DO SUL**

No cenário da política internacional, o poder geralmente está associado ao realismo, onde poder implicaria simplesmente em *hard power*, envolvendo capacidade militar, recursos materiais, mão de obra, etc. Joseph S. Nye (1990), introduziu um conceito alternativo de poder, diferente da abordagem tradicional centrada em *hard power*. Ele cunhou o termo '*Soft Power*', acreditando que este poderia ser um meio para atingir os objetivos da política externa dos Estados Unidos não por meio da força, mas sim pela "atração". A ideia de *soft power* tornou-se popular e passou a ser empregada por diversos países.

Em seu trabalho, Nye (1990) sustenta que a importância do *hard power* no contexto internacional está em declínio, mencionando fatores como interdependência econômica, presença de atores transnacionais, nacionalismo em estados vulneráveis e avanços tecnológicos como impulsionadores dessa transformação. Ele ressalta a incerteza quanto à eficácia do *hard power* para influenciar outras nações, propondo que o *soft power*, caracterizado como a habilidade de cooptar e atrair para induzir comportamentos desejados, representa uma modalidade atrativa de poder que visa a modificar as preferências alheias.

Quanto ao recurso de 'valores políticos' no *soft power* de Nye (1990), Hall (2010) afirma que uma nação adota apenas versões específicas de valores a serem projetados no mundo, os quais se tornam parte da identidade nacional. Esses valores, então, representam a

cultura política nacional específica e a principal razão para isso é estratégica e motivacional, podendo ser utilizada para ganhos pessoais, sendo necessário resevar uma certa cautela ao aceitar um 'valor' como identidade de uma nação, ou seja, como um valor nacional.

No que diz respeito à política externa, a 'atração' pela política de um estado existe apenas se houver ganho material nisso. O apoio à política externa de uma nação não pode ser gerado por motivações não materiais, baseadas apenas em valores compartilhados, pois os interesses dos estados importam e são o principal motivador de suas ações.

Mattern (2005) questiona a suposta “naturalidade” da atração gerada pelo *soft power*, argumentando que por trás da língua existe uma “força representacional” que mesmo não sendo uma forma física de força ainda é uma forma de poder coercitivo, responsável pela representação de uma nação. Dessa forma, pode-se entender que o poder *soft power* funciona como uma continuação do poder tradicional das Relações Internacionais, mas por meios diferentes.

Mattern (2005) considera uma abordagem sociolinguística construtivista, afirmando que, em prol de tornar uma ideia atraente para outros, uma nação usa estratégias de troca comunicativa, projetando o ideal como “realidade”, ou seja, uma verdade que pode ser baseada em evidências e conquistada com argumentos. A propagação dessas ideias, ou seja, da “realidade” proposta, é geralmente feita pela linguagem, que carrega uma "força representacional" por trás dela.

A “Força representacional” é uma forma de poder que opera por meio da estrutura da representação narrativa de “realidade” de um emissor. Para obter resultados positivos, recorre-se a lutas verbais, argumentos via força representacional, para uma persuasão eficaz, essa prática é comum na política internacional atualmente, utilizada para criar a chamada “atração” (Mattern, 2005). Portanto, o *soft power* está ironicamente enraizado no *hard power*, a atração criada por esse “poder” é sociolinguística, em vez de física, mas tem um elemento de coerção, ou seja, o *soft power* não é tão *soft* quanto aparenta ser, pois ainda é uma ferramenta utilizada para chegar aos fins, mesmo que por meios mais charmosos.

No contexto atual, o *soft power* é extensivamente utilizado globalmente por várias administrações governamentais. Países em todo o mundo buscam melhorar sua imagem por meio do *soft power*, que agora abrange áreas mais amplas, incluindo engajamento econômico em projetos de infraestrutura. A China, por exemplo, utiliza seus recursos de *soft power*, como os Institutos Confúcio, para melhorar sua imagem global, buscando projetar seu ascenso econômico como pacífico, em uma estratégia que inclui a promoção da língua chinesa e da cultura. A Coreia do Sul adotou uma abordagem semelhante com o programa "Learn Korean with BTS", um projeto educacional desenvolvido em colaboração entre o grupo de K-pop

BTS, a empresa de entretenimento HYBE Corporation e o Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul. Esse projeto tem como objetivo utilizar a crescente popularidade global do BTS para promover o aprendizado da língua coreana. A ideia por trás do projeto é aproveitar o interesse dos fãs em aprender mais sobre o grupo e a cultura sul-coreana, transformando isso em uma oportunidade educacional. O projeto conta com uma série de vídeos projetados para serem informativos e envolventes, usando o carisma e a presença do BTS para tornar o aprendizado do coreano mais acessível e interessante para os fãs ao redor do mundo, aproveitando o interesse dos fãs para estimular o aprendizado do coreano em parceria com o grupo e o Ministério da Cultura (CNN, 2020).

O conceito de soft power se diferencia do hard power, onde o último envolve coerção física, utilizando métodos de manipulação física para mudar o comportamento de outros atores. Em contrapartida, o soft power emprega meios não físicos para influenciar outros atores afetando a capacidade que um país tem de sobreviver no sistema internacional ou de manter seu poder e influência, evidenciando que, assim como os poderes militares, os poderes econômicos e culturais há muito fazem parte das discussões sobre poder nas relações internacionais (NYE, 2004).

O conceito de soft power de Joseph Nye (2004) - "a capacidade de influenciar o comportamento dos outros para obter os resultados desejados" - tem sido utilizado como a definição padrão em diferentes estudos. Nye ainda explica que o soft power "decorre da atratividade da cultura de um país, ideais políticos e políticas. Quando nossas políticas são legítimas aos olhos dos outros, nosso soft power é aprimorado". Rothman (2004) acrescenta a essa nota sobre legitimidade em seu estudo, afirmando que "a credibilidade é um dos recursos mais importantes do soft power".

Soft power também pode ser usado como uma estratégia de propaganda pelo governo, garantindo que a propagação cultural e ideológica aconteça em escala global - trazendo à tona o papel da Korean Wave para a República da Coreia, já que soft power e propaganda estão relacionados à cultura popular, o trabalho de propaganda é "criado com o propósito de transmitir mensagens, soft power é um subproduto da expressão criativa". O governo até utilizou o Hallyu como um soft power que se concentraria no branding nacional e nas exportações culturais, estabelecendo assim sua posição no cenário global (JANG, 2018). Em todas as suas estratégias relacionadas à expansão da Hallyu, o governo coreano garantiu que a cultura coreana seria usada na globalização da Coreia do Sul, tornando, ao mesmo tempo, a globalização 'coreanizada' (KIM; MARINESCU, 2015).

Estudos sobre diplomacia pública destacam o papel de atores estatais e não estatais, desafiando as tradições diplomáticas. O envolvimento de atores não estatais - religiosos,

subestatais, organizações internacionais, multinacionais e indivíduos - nas consultas e parcerias diplomáticas representa uma mudança significativa. Explorações em diplomacia digital, cultural e de celebridades têm conexões com a diplomacia pública. A diplomacia digital, impulsionada pela revolução da Internet, engloba desde o uso de plataformas de mídia social para objetivos de política externa até a utilização de ferramentas digitais por diplomatas para se conectar com o público. A pesquisa nesse campo ainda tem muito a explorar, carecendo de um quadro conceitual confiável. Quanto à diplomacia cultural, termos como soft power e diplomacia pública têm dominado as discussões sobre política externa. A diplomacia cultural é definida como qualquer prática relacionada à cooperação cultural intencional entre nações ou grupos. A diferenciação entre diplomacia cultural e relações culturais destaca o uso de fluxos culturais por diplomatas para avançar interesses nacionais, enquanto as relações culturais permitem o crescimento natural da cultura, sem intervenção governamental (CULL, 2009).

A diplomacia pública representa uma evolução na prática diplomática, transcendendo as fronteiras estatais e envolvendo atores não governamentais na construção de relações internacionais. Cull (2009) enfatiza que a comunicação direta com o público estrangeiro é fundamental para influenciar suas percepções sobre um país, destacando a necessidade de uma abordagem estratégica que vá além da mera transmissão de informações. Nesse contexto, a diplomacia pública não se limita ao âmbito oficial, mas se estende a iniciativas culturais, educacionais e sociais, reconhecendo o poder da troca cultural e das interações humanas na formação de uma imagem positiva.

Ao adotar uma perspectiva mais abrangente, Cull (2009) destaca que a diplomacia pública busca informar e persuadir para criar uma compreensão mútua entre nações. A autenticidade é crucial nesse processo uma vez que construir relações duradouras e significativas é fundamental para o sucesso da diplomacia pública. Essa forma específica de diplomacia emerge como uma ferramenta dinâmica que responde à complexidade das relações internacionais contemporâneas, incorporando elementos de cultura, educação e intercâmbio entre povos para promover uma comunicação eficaz e sustentar laços benéficos entre países.

A diplomacia cultural é intrinsecamente conectada à diplomacia pública, atuando como uma de suas componentes essenciais. Indo além da mera transmissão de informações para envolver uma troca profunda de valores, crenças e expressões artísticas entre nações, a cultura, incluindo elementos como música, literatura, cinema e artes visuais, desempenha um papel fundamental na formação da percepção pública internacional sobre um país.

Ao relacionar a diplomacia cultural com a diplomacia pública, percebemos que ambas compartilham o objetivo de construir relações positivas entre países, mas a primeira

atua de maneira mais específica, utilizando expressões culturais como instrumentos para atingir esse fim. O intercâmbio cultural, nesse contexto, não apenas informa sobre a diversidade de uma nação, mas também promove uma compreensão mais profunda entre diferentes sociedades. Essa conexão entre diplomacia cultural e pública destaca a importância de abordagens integradas que incorporem elementos culturais e comunicativos para construir pontes duradouras e significativas entre as nações (Cull, 2009)

A Coreia do Sul, seguindo as tendências globais, também investiu significativamente em diplomacia cultural, alinhando-se aos conceitos de soft power e diplomacia pública discutidos anteriormente. A busca por aumentar a visibilidade internacional e moldar percepções positivas tem sido uma peça-chave na estratégia diplomática sul-coreana. Destacando sua capacidade de influenciar comportamentos por meio da atração, a Coreia do Sul tem se esforçado para elevar o perfil de sua cultura, política e valores. A popularidade global da Onda Coreana, conhecida como Hallyu, é um exemplo claro dessa estratégia. A disseminação global da música, dramas, filmes e moda sul-coreana têm contribuído para a construção de uma imagem positiva e atraente do país.

A diplomacia pública, centrada na comunicação diplomática com o público estrangeiro, encontra expressão na maneira como a Coreia do Sul promove sua cultura no cenário internacional. Esse envolvimento ativo na divulgação cultural transcende a ideia de propaganda, buscando autenticidade e atração genuína. Além disso, a diplomacia cultural sul-coreana adota elementos da diplomacia digital como a utilização de plataformas online, redes sociais e outras ferramentas digitais para promover ativamente a cultura sul-coreana reflete a interconexão entre essas diferentes formas de diplomacia. No contexto da diplomacia cultural, o histórico da Coreia do Sul, incluindo experiências de colonização e trocas culturais, é estrategicamente empregado para estabelecer conexões com países que compartilham histórias semelhantes. Esse enfoque não apenas supera a marginalidade cultural, mas também fortalece a atratividade de produtos culturais sul-coreanos.

### **3. A INDÚSTRIA DO K-POP E A DIPLOMACIA CULTURAL SUL COREANA**

Embora as políticas culturais sul-coreanas tenham sido disseminadas pelo governo desde a década de 1960, foi no final dos anos 80 que a sociedade sul-coreana experimentou um movimento notável de apreciação pela cultura nacional, como resposta ao crescente consumo de entretenimento americano-europeu. A valorização da cultura sul-coreana não apenas se tornou uma tendência interna, mas também gerou um impacto significativo em nível global. O governo sul-coreano desempenhou um papel crucial ao fomentar o desenvolvimento

e a promoção de seus produtos culturais, transformando a Coreia do Sul em uma potência exportadora de entretenimento e criatividade (Pacilio, 2021).

Por conta de seu histórico conturbado, muito de sua economia e infraestrutura foram prejudicados, fazendo com que o país tivesse que se reconstruir do zero, e com sua cultura não foi diferente. A importação de conteúdo estrangeiro é familiar aos coreanos há muito tempo, desde a assimilação do Budismo e do Confucionismo Chinês de séculos atrás, a assimilação de influências americanas, europeias e japonesas mais recentemente (Korean Culture and Information Service, 2011).

O desenvolvimento de políticas culturais por parte do governo sul-coreano começou durante o governo autoritário de Park Chung Hee (1961 - 1979), mas não da mesma forma que seu vizinho bem sucedido neste ramo, o Japão. Essas políticas tinham como objetivo revitalizar a cultura nacional, impulsionada pelo desenvolvimento econômico e pelo “combate ao comunismo”, e por conta disso, as políticas culturais apresentadas pelo governo eram altamente estatizadas e com uma abordagem intervencionista, havia um controle moral estrito sobre a produção de cultura popular como músicas e programas de televisão, o governo sul-coreano não começou investindo na sua indústria cultural, começou podando ela. Nesse período, a maior parte de produtos culturais assimilados pelo público sul-coreano vinha de fora, a juventude do país era bastante interessada em *idols* japoneses, por exemplo. Essa disparidade entre o consumo de produções nacionais e produções estrangeiras fez com que revitalizar a cultura nacional e reconquistar o público coreano se tornasse o principal objetivo da implementação de políticas culturais por parte do governo para superar o “ataque” da rápida ocidentalização e industrialização do país (Lee, 2013).

Essa “aceitação indiscriminada” de cultura ocidental por parte da população coreana não tardou a chamar a atenção do governo, se tornando alvo de regulamentações estatais pensadas para combater a ocidentalização. Estas eram colocadas em prática através do Ministério da Cultura (1979) e estavam mais interessadas em controle estatal do que em realmente apoiar a indústria cultural local. Entre 1975 e 1979, as músicas e outras produções eram submetidas a avaliação do Comitê Ético de Performance Pública, que tinha o poder de censurar completamente ou solicitar a revisão de determinados conteúdo considerados negativos de alguma forma (“niilistas”, “tristes” e “decadentes”, segundo o comitê).

Medidas foram tomadas para que a revitalização fosse bem sucedida: a produção massiva de cultura popular era vista como prejudicial à cultura tradicional, sendo controlada e substituída por eventos folclóricos, exaltando heróis nacionais e enfatizando o histórico de resistência aos invasores externos presente na história do país. Ao proibir que a cultura popular expressasse qualquer consciência social ou política, o governo autoritário não via essas

expressões como manifestações artísticas, mas como ferramentas para justificar o regime e disseminar suas ideologias. A política cultural estatal, mediante diretrizes, suporte financeiro e prestações, procurava incentivar atividades consideradas positivas para a população, como corais, exposições de fotografias que retratavam uma Coreia industrializada de forma positiva e a produção de filmes que conseguissem representar e promover com eficácia as ideologias e políticas do estado. Dentro desse contexto político surgiram produções televisivas, cinematográficas e animações que retratavam os aspectos promissores da sociedade coreana e transmitiam mensagens anticomunistas (Lee, 2013).

Na década de 1980, com a onda de democratização, o governo passou por uma certa flexibilização em seu controle moral, permitindo o surgimento do que ficou conhecido como 3S, em inglês, usado para classificar: Cinema, Esportes e Sexo (*screen, sports and sex*). Entretanto, a repressão a conteúdos politicamente sensíveis tornou-se mais intensa nesse mesmo período, à medida que o governo se alarmava com o aumento dos movimentos democráticos e trabalhistas. Com a ausência de atores civis significativos, o Estado manteve uma posição predominante no discurso cultural. Tanto o governo quanto os ativistas culturais progressistas expressavam mais preocupação com a preservação da "cultura nacional", demonstrando uma cautela acentuada em relação aos potenciais efeitos rebeldes ou conformistas da cultura popular na psique pública. Apesar de reconhecer o potencial (Chu, 2005, citado em Lee, 2013).

Apesar de os ativistas reconhecerem o potencial do cinema e da música popular como ferramentas de empoderamento público, em grande parte, eles compartilhavam a ideia da Escola de Frankfurt sobre a indústria cultural. Seu foco principal era o desenvolvimento de uma cultura "nacional" e "popular" que combinasse realismo e tradições culturais populares do país.

O processo dinâmico de democratização política e neoliberalização econômica no país ao longo dos anos 1990 trouxe mudanças para a política cultural, estabelecendo uma condição interna favorável para o surgimento da *Korean Wave*. O setor cultural do país passou por um processo de desregulamentação de conteúdo que resultou em um aumento na liberdade de expressão. A noção política e ideológica de "cultura nacional" foi substituída pela ideia de "cultura coreana", em que cultura popular desempenha um papel crucial ao contemplar as questões contemporâneas do país e expressar as identidades culturais e sentimentos estéticos do povo coreano, especialmente das gerações mais jovens (Lee, 2013).

O *Hallyu Wave* – a Onda Coreana refere-se ao fenômeno da popularização global da cultura sul-coreana. O termo nasceu na China, em 1988, depois que jornalistas da cidade de Pequim notaram a influência da cultura sul coreana nos jovens chineses após a transmissão do

*K-drama* “*What is love*” que teve sucesso instantâneo. E a audiência chinesa, que até então só consumia programas produzidos na Europa, América, Hong Kong e Taiwan, passou a prestar mais atenção na Coreia do Sul (Korean Culture and Information Service, 2011).

No período entre os anos 1990 e 2000, conhecido como a "Primeira Onda" da Hallyu, a Coreia do Sul iniciou sua expansão cultural exportando minisséries (K-dramas) para países asiáticos. A popularidade dessas séries foi tão marcante que um repórter do Korea Herald afirmou que o protagonista de "Winter Sonata", segundo *K-drama* a fazer sucesso tanto na China quanto no Japão, poderia ter feito mais pela nação coreana do que políticos, empresários ou diplomatas (Korea Herald, 2001).

O impacto inicial dessa exportação cultural foi particularmente evidente no Japão, onde a cultura sul-coreana conquistou uma base de fãs dedicada. A música sul-coreana, conhecida como *K-pop*, estilo musical que surgiu ainda nos anos 80 junto com o período de liberalização, tornou-se um gênero musical influente, com grupos e artistas sul-coreanos alcançando reconhecimento internacional e conquistando fãs em diversas partes do mundo.

Com a ascensão da internet, a "Segunda Onda" introduziu o K-pop como um novo produto cultural exportado. O pontapé inicial para o surgimento da indústria do *k-pop* como conhecemos hoje se deu com a apresentação do grupo de hip-hop *Seo Taiji & Boys*, em um programa de televisão, em 1992. O sucesso estrondoso do grupo serviu como incentivo para o governo remodelar seu ideal tradicional de “cultura positiva”, após ver a marcante influência que a população jovem tinha quando se interessava por algo e como era capaz de movimentar capital, já que os fãs lotavam os shows, compravam álbuns e basicamente qualquer coisa relacionada aos seus artistas favoritos. Grupos semelhantes como *H.O.T.*, *NRG*, *Baby V.O.X.* e *S.E.S.* começaram a aparecer e a fazer igual sucesso, seguindo o fluxo crescente de fãs dedicados. Assim, a visão de que o investimento estatal deveria ser direcionado somente à cultura clássica foi rapidamente derrubada, dando espaço a um estilo mais moderno e conectado com a juventude (Pacilio, 2013).

Esse fenômeno, conhecido como a "Onda Coreana", experimentou um boom ao longo dos anos, levando à "Terceira Onda." Essa expansão e diversificação econômica são evidentes no crescimento das exportações de jogos e música pop sul-coreana (K-pop). O K-pop, dividido em gerações, representa um aspecto significativo dessa onda cultural. A primeira geração inclui *Taiji & Boys*, *H.O.T* e *g.o.d*, enquanto a segunda, marcada pelo ressurgimento em meados de 2003, conta com nomes como *TVXQ*, *BoA*, *SS501*, *Super Junior*, *Wonder Girls*, *Girls Generation* e *SHINee*. A terceira geração, a partir de 2011 com o sucesso global de "Gangnam Style" de *PSY*, destaca-se por grupos como *BTS*, *EXO*, *Twice*, *Red Velvet* e *SEVENTEEN*. A quarta geração já apresenta artistas como *TXT*, *ITZY*, *Stray Kids*, *ATEEZ*,

LOONA, (G)Idle, Stray Kids, Ateez, IVE, etc., e já se discute a iminência de uma quinta geração, destacando a evolução constante e o impacto duradouro da Hallyu na cultura global (Pacilio, 2013).

A importância que o *Hallyu* e, conseqüentemente, o *K-pop* têm para a Coreia do Sul pode ser resumida nas palavras do diretor Wankuk Kim, do Centro Cultural Coreano no Brasil, localizado em São Paulo:

É de conhecimento popular que o K-pop conquistou fãs de diversos países ao longo dos anos. Essa popularidade contribuiu para que mais pessoas se interessassem e passassem a conhecer a cultura coreana em seus diversos níveis, desde comida até costumes. Ao mesmo tempo, ele proporcionou que as pessoas se desvinculassem de visões pouco correspondentes à real Coreia [...] Depois da explosão do K-Pop mundo afora, há uma visão extremamente positiva e humana do país espalhada mundialmente, o que permite que mais pessoas apreciem a Coreia, desejem visitá-la e desfrutem da cultura coreana, que é uma mistura do tradicional com o moderno. Claro que existem outros pontos que podem ser citados, mas essa questão do K-Pop levar aos seus fãs mais sobre a Coreia tal como ela é e permitir que eles a compreendam como uma mistura do moderno e do contemporâneo, tão rica e complexa, é com certeza um dos principais pontos de ressignificação da cultura (Revista Quem, 2021)

A estratégia governamental de investir na promoção da cultura sul-coreana não só fortaleceu a identidade nacional, mas também desempenhou um papel importante na diplomacia cultural. O soft power exercido pela Coreia do Sul por meio de suas produções culturais não só atraiu atenção global positiva, mas também contribuiu para uma maior compreensão e apreciação da riqueza cultural do país.

#### **4. A TRAJETÓRIA DO BTS COMO “CELEBRIDADES DIPLOMÁTICAS”**

BTS é a sigla em inglês para 방탄소년단 (Bangtan Sonyeondan), "Escoteiros à Prova de Balas" em tradução livre. O nome reflete a visão que o grupo tem de si mesmo, já que se veem como uma unidade que "bloqueará estereótipos, críticas e expectativas dirigidas aos adolescentes como balas" (Trabasso, 2016). Composto por sete membros, Jin (김석진, Kim Seokjin), SUGA (민윤기, Min Yoongi), j-hope (정호석, Jung Hoseok), RM (김남준, Kim Namjoon), Jimin (박지민, Park Jimin), V (김태형, Kim Taehyung), and Jung Kook (전정국, Jeon Jungkook) (Kelley 2018), o grupo foi formado pela empresa Big Hit Entertainment em 2013. Em 2017, "Beyond the Scene" se tornou mais um dos significados para BTS, representando "um BTS jovem em crescimento que vai além das realidades que enfrentam, avançando sempre" (BTS Brand eXperience Design Renewal, 2017).



Fonte: ilgan Sports/Multi-Bits via Getty Images. BTS during their debut showcase on June 15, 2013, in Seoul, South Korea.

O grupo é agenciado pela *HYBE Corporation*, anteriormente conhecida como *Big Hit Entertainment*, é uma empresa de entretenimento sul-coreana que alcançou destaque global por conta do BTS. Fundada por *Bang Si-hyuk* em 2005, a empresa passou por uma transformação significativa, tanto em seu nome quanto em sua escala de operações (Choi, 2020). A estratégia de gestão da empresa envolveu não apenas o desenvolvimento musical e artístico do grupo, mas também a exploração de oportunidades inovadoras, como a criação do *BTS Universe* (BU), uma narrativa transmídia que se desenrola através de álbuns, vídeos e outros conteúdos, ampliando a experiência dos fãs (Big Hit Entertainment, 2021).

Além do BTS, a *HYBE* tem se expandido ao longo dos anos através da aquisição de outras empresas e parcerias estratégicas. Em 2019, a *Big Hit Entertainment* adquiriu a *Source Music*, outra agência de entretenimento sul-coreana, fortalecendo ainda mais sua posição no cenário musical. A empresa também se aventurou no mercado de entretenimento dos Estados Unidos com a formação da subsidiária *Big Hit America*.

O grupo começou sua carreira no cenário *underground* do *hip-hop* e ficaram conhecidos por suas músicas, abordando temas e questões considerados parte das dificuldades e dores da juventude atual, como saúde mental, desafios dos jovens em idade escolar, críticas ao sistema educacional e ao governo sul-coreano, perda, amizade e a jornada em direção ao amor próprio. Esses temas são abordados nas diferentes eras de seus lançamentos, desde críticas ao rigoroso sistema de ensino sul coreano apresentadas em *School Trilogy*, até

reflexões sobre os problemas da juventude, sensivelmente abordados em *Youth Trilogy* ou *The Most Beautiful Moment in Life Trilogy*, *Wings*, *Love Yourself Trilogy* e *Map of the Soul* (Trabasso, 2016). Paralelamente aos seus lançamentos, é apresentada uma narrativa de universo alternativo por meio de seus vídeos musicais, chamada de BTS Universe ou BU, estrelando os membros, aprofundando ainda mais as questões abordadas nas músicas e nos minuciosos *MVs* do grupo.

O conceito de "celebrity diplomacy", conforme definido por Andrew F. Cooper (2008), levanta a questão fundamental sobre se as ações de artistas e empresários renomados no cenário global podem ser consideradas efetivamente como diplomacia. Essas figuras, ao contrário dos diplomatas tradicionais, enfrentam desafios na representação, pois não estão associadas a uma guilda formalizada de diplomatas e não podem reivindicar facilmente a representação de uma causa ou povo. Cooper argumenta que uma abordagem mais pós-moderna poderia considerar que qualquer pessoa tem potencial para ser um autêntico diplomata, minando assim as reivindicações normativas da diplomacia centrada no estado.

Em 2018, o grupo foi capa da revista TIME que os reconheceu como um dos "Líderes da Próxima Geração". O presidente sul-coreano Moon Jae-In parabenizou o grupo por seu primeiro álbum em primeiro lugar (LOVE YOURSELF 結 'Answer') na parada Billboard 200 em maio de 2018, e meses depois, o BTS encontrou o presidente e a primeira-dama quando se apresentaram no Korea-France Friendship Concert em Paris. Em 24 de outubro do mesmo ano, os membros foram agraciados com uma ordem de mérito cultural pelo governo sul-coreano por difundir a cultura e a língua coreana no Korean Popular Culture & Arts Awards. Atualmente com 37 *daesangs*, ou prêmios de grande destaque, o BTS tem permanecido verdadeiramente bem-sucedido por cinco anos na Coreia do Sul.

Também em 2018, o grupo de *k-pop* BTS fez história ao se tornar o primeiro ato sul-coreano a discursar nas Nações Unidas a convite do então Presidente Moon Jae -in, em uma participação histórica que reforçou sua influência global e compromisso em abordar questões relevantes para a juventude, como a saúde mental e problemas escolares. A trajetória do grupo em direção à organização começou em 2017, quando criaram a campanha "LOVE MYSELF", em parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF), com o objetivo de combater a violência contra crianças e jovens. A Diretora Executiva da UNICEF, Henrietta H. Fore agradeceu ao BTS e ao ARMY (nome dado aos fãs do grupo) por arrecadar \$1 milhão: "A campanha LOVE MYSELF é a prova de que jovens ao redor do mundo podem se unir e fazer a diferença". (Forbes, 2018).



Fonte: The Washington Post. O BTS foi convidado para discursar na 73ª Assembleia Geral das Nações Unidas.

O programa #ENDviolence da UNICEF destaca que crianças estão sujeitas à violência dentro de seus círculos íntimos e espaços aparentemente seguros, como seus lares, escolas e comunidades. A violência se manifesta na infância, na escola, entre adolescentes e através da violência sexual. Os relatórios revelam que, a cada cinco minutos, uma criança morre devido à violência. A UNICEF acredita que a exposição à violência corrói o potencial das crianças para serem felizes, saudáveis e bem-sucedidas, e os efeitos da violência podem perdurar por toda a vida. Segundo a UNICEF, "se as tendências atuais continuarem, quase dois milhões de crianças e adolescentes poderiam ser mortos por um ato de violência até 2030". A campanha #ENDviolence apela a todos os governos para que tomem as medidas necessárias para prevenir a violência em todo o mundo.

A empresa da BTS, BigHit Entertainment, e o grupo lançaram a campanha Love Myself em apoio à mensagem de seu álbum LOVE YOURSELF de que "ter amor verdadeiro pelos outros e pelo mundo requer amar a si mesmo primeiro". Em novembro de 2017, anunciaram parceria com a *UNICEF KOREA* para apoiar a campanha #ENDviolence, tornando a BTS o primeiro artista sul-coreano a participar da captação de recursos para uma campanha global. A campanha visa proteger crianças e adolescentes em todo o mundo da violência, ajudando a curar sua dor ao lembrá-los de que merecem amor e que devem amar a si mesmos. Os fundos da campanha provêm de várias fontes, incluindo doação da BigHit Entertainment e dos membros da BTS, uma porcentagem das vendas dos álbuns Love Yourself, vendas de mercadorias oficiais da campanha Love Myself, e contribuições de plataformas como Kakao e Naver. A campanha arrecadou mais de \$2.2 milhões até junho de 2019.

Através dessa iniciativa, a BTS teve a oportunidade de discursar na Assembleia Geral das Nações Unidas em setembro de 2018, enfatizando a mensagem de 'Fale por Si Mesmo'. Até março de 2019, a iniciativa já havia arrecadado mais de \$1.65 milhão e, até junho de 2019, os fundos acumulados atingiram aproximadamente \$2.2 milhões. Tamanho foi o impacto da parceria do grupo com a UNICEF, que durante o anúncio especial da campanha, lançado em 2021, o Diretor Executivo da UNICEF Korea, Lee Key-cheol (2021) afirmou que “A Coreia do Sul teve duas grandes conquistas nos últimos 60 anos. A primeira foi a sua democracia e desenvolvimento econômico e a segunda foi a produção do BTS”

Desde então, o grupo segue fazendo história com seu papel crescente na diplomacia sul-coreana. Em 2021, eles retornaram às Nações Unidas, agora como “enviados especiais do Presidente para as futuras gerações e Cultura” para atender à 76ª sessão da Assembleia Geral das Nações Unidas (Oh; Lee, 2021). O evento de alto nível que reúne os representantes dos países membros da maior organização internacional do mundo foi aberto pelo Secretário-geral, António Guterres, que discursou sobre a importância da implementação de soluções igualitárias e sustentáveis para os problemas globais. O Secretário foi acompanhado pelos 7 membros do grupo de K-pop BTS, que levaram uma mensagem de esperança e lembraram que essa é uma geração que continua perseverando mesmo em situações adversas (ONU NEWS, 2021). Em 2022, os sete membros foram nomeados como embaixadores oficiais do World Expo 2030, que seria recebido pela cidade de Busan, e segundo o Primeiro-Ministro esperava que o grupo atraísse apoio local e internacional necessário para o desenvolvimento do projeto, assumindo o papel chave para o sucesso do evento (Billboard, 2022).

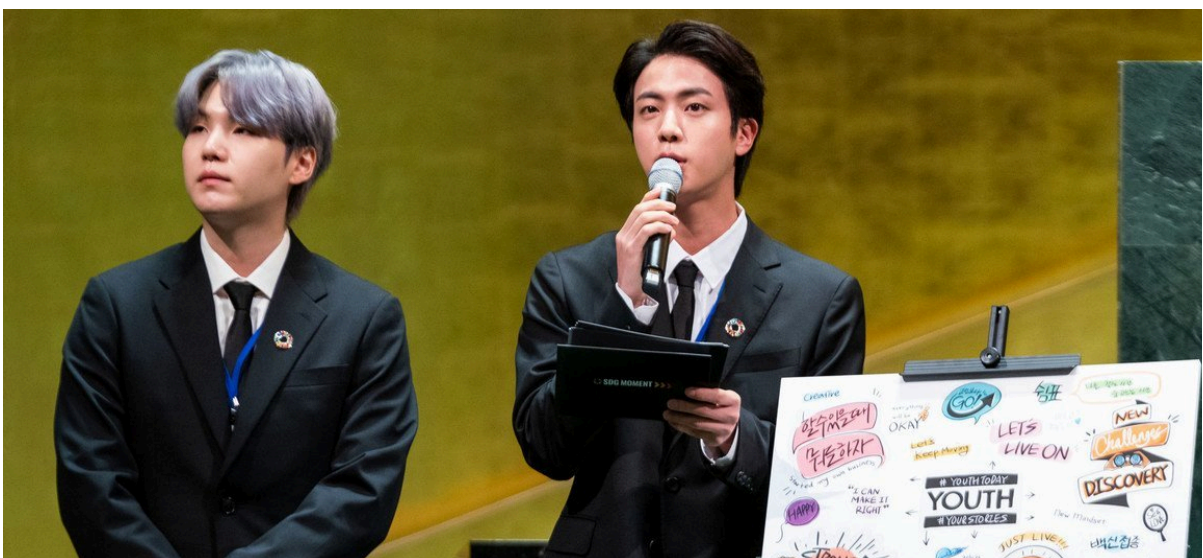


Foto: UN Photo/Cia Pak Integrantes do BTS participam do Momento ODS na Assembleia Geral da ONU



Foto: UN Photo/Cia Pak Integrantes do grupo de K-Pop BTS discursaram na Assembleia Geral da ONU

A análise do papel diplomático do BTS em prol da Coreia do Sul à luz da teoria de Cooper (2008) sobre "celebrity diplomacy" revela uma dinâmica interessante na qual a influência de celebridades transcende os limites tradicionalmente associados à diplomacia formal. O conceito de "celebrity diplomacy" propõe uma expansão da compreensão de quem pode ser um diplomata, desafiando a visão convencional de que a diplomacia é estritamente uma função estatal formalizada. No caso do BTS, essa distinção entre papéis oficiais e não oficiais se manifesta claramente, uma vez que, embora não detenham cargos governamentais, os membros do grupo desempenham um papel crucial na representação cultural sul-coreana globalmente.

O comprometimento do BTS com causas sociais é notável, principalmente através da parceria com a UNICEF no programa #ENDviolence. A iniciativa, que aborda a violência contra crianças e adolescentes em diversas esferas, revela uma faceta importante do papel do grupo como defensor ativo de questões globais (UNICEF, 2019). Ao se engajar em campanhas como esta, o BTS não apenas utiliza sua visibilidade global para sensibilizar questões importantes, mas também demonstra como as celebridades podem desempenhar um papel ativo na promoção de causas sociais. Cooper (2008) argumenta que, ao adotar essa abordagem, as celebridades desafiam normas e contribuem para a construção de uma diplomacia mais inclusiva e flexível.

A interação entre o grupo e o governo sul-coreano destaca uma interdependência crescente entre dinâmicas formais e informais na diplomacia moderna. A saudação pública do presidente sul-coreano Moon Jae-In ao BTS e seu reconhecimento da importância da cultura popular sul-coreana indicam uma mudança nas percepções sobre quem são os atores

relevantes na arena diplomática. Essa interação dinâmica, observada ao longo do tempo, sugere que a diplomacia não é mais estritamente confinada às estruturas formais do Estado, mas é moldada por uma gama mais ampla de atores, incluindo celebridades.

Como um fenômeno global do K-pop, o BTS serve como uma poderosa ferramenta para a construção de uma imagem positiva da Coreia do Sul no cenário internacional. O grupo não apenas destaca a diversidade cultural do país, mas também cria uma ponte única de conexão cultural com fãs ao redor do mundo. Ao desempenhar o papel de enviados especiais do Presidente na Assembleia Geral da ONU e se envolver em causas sociais, o BTS amplia sua influência para além da esfera musical, promovendo valores de solidariedade e responsabilidade social. As Nações Unidas desempenham um papel central na promoção da cooperação internacional, na manutenção da paz global e no avanço dos objetivos de desenvolvimento sustentável e a participação ativa da Coreia do Sul na ONU está alinhada com sua busca por uma presença significativa na arena diplomática global.

No contexto da "celebrity diplomacy", a continuidade do impacto das ações das celebridades torna-se crucial. O BTS, ao manter seu compromisso com questões sociais globais ao longo dos anos, ilustra como o engajamento autêntico pode gerar uma influência duradoura. Essa perspectiva é particularmente relevante ao considerar a volatilidade associada à fama e à influência de algumas celebridades. A trajetória do BTS ressalta que, quando as figuras públicas canalizam sua visibilidade para causas importantes de maneira genuína, elas podem contribuir para uma forma de "celebrity diplomacy" que transcende as fronteiras temporais, contribuindo para a construção de um legado positivo (Cooper, 2008).

A perspectiva da "celebrity diplomacy" ganha ainda mais destaque quando observamos as ações específicas do BTS como enviados especiais da Coreia do Sul. Em um gesto notável, o presidente sul-coreano conferiu passaportes diplomáticos ao grupo, elevando sua posição além da esfera da cultura pop para o domínio da diplomacia formal (Billboard, 2023). Esse acontecimento culminou na participação do BTS como palestrantes na 76ª Assembleia Geral da ONU em 2021, onde foram convidados a discursar. A nomeação como enviados especiais para a Assembleia Geral da ONU reforça a ideia de que as celebridades contemporâneas, como o BTS, não só desfrutam de influência cultural, mas também são atores ativos na cena diplomática global (ABC News, 2021).

Durante seu discurso na ONU, o BTS abordou questões cruciais, refletindo não apenas seu compromisso com causas sociais, mas também sua capacidade de transmitir mensagens impactantes em uma plataforma internacional. O grupo utilizou esse cenário para reforçar as mensagens de suas iniciativas anteriores, como o projeto Love Myself, destacando a importância do amor próprio e combatendo a violência contra crianças e adolescentes (ONU,

2021). Essa interação direta entre o BTS e a diplomacia formal sul-coreana, simbolizada pela concessão de passaportes diplomáticos e o convite para discursar na ONU, ilustra uma convergência notável entre as esferas oficial e não oficial na diplomacia contemporânea. Cooper (2008) destaca a interação entre dinâmicas formais e informais, e o caso do BTS na ONU ressalta como as fronteiras entre esses domínios estão em constante evolução, esse episódio também reforça a importância do engajamento duradouro das celebridades em questões globais. Ao usar sua influência de maneira consistente ao longo do tempo, o BTS demonstra a capacidade das celebridades em contribuir para uma forma de diplomacia que vai além do efêmero e do sensacionalismo.

Essa perspectiva de "celebrity diplomacy" também destaca a necessidade de considerar a continuidade do impacto das ações dessas figuras públicas. O BTS, ao longo dos anos, não apenas manteve sua popularidade musical, mas também consolidou seu status como defensores de questões sociais globais. A longevidade desse impacto é crucial, especialmente quando comparada à dinâmica volátil que algumas celebridades experimentam. A trajetória do BTS sugere que, quando o compromisso com causas importantes é autêntico, a influência de celebridades pode transcender as fronteiras temporais, contribuindo para uma forma duradoura de "celebrity diplomacy".

## **5. A TRAJETÓRIA DA COREIA DO SUL AOS MEGA-EVENTOS INTERNACIONAIS**

A Coreia do Sul foi uma colônia japonesa desde o início do século XX. O país passou por um período de censura às suas tradições culturais e liberdade de expressão, o abuso dos invasores japoneses foi de vigilâncias policiais e repressão atividades políticas dos cidadãos a apropriação de terras e recursos naturais como forma de controle, também previam uso do idioma nacional impondo a assimilação do idioma Japonês (Lee, 1984). Durante este período grande parte da economia coreana era dependente do Japão, tanto em termos de capital, quanto de tecnologia e gestão. A economia do país era predominante agrícola e controlada por uma elite latifundiária composta estritamente por japoneses. Com a entrada do Japão na Segunda Guerra Mundial como aliada da Alemanha nazista (1939 - 45), a península coreana passou a ser usada como fornecedora de matéria prima industrial e produtos alimentícios para o Japão.

Com o fim da Segunda Guerra e a derrota dos Aliados, em 1945, o Japão se viu obrigado a abrir mão de suas colônias. Assim, a Coreia retoma sua independência e seu povo retoma o sentimento de nação e pertencimento perdidos durante os tempos de ocupação. Ao desocupar o país, a elite japonesa deixou para trás todas as fábricas e maquinários que haviam

sido construídos posteriormente sem proprietários formais (Powers, 2010). Esses ativos abandonados criaram oportunidades para que empresários coreanos pudessem criar novas empresas. Esse foi o primeiro passo para a consolidação econômica do país.

No entanto, as disputas territoriais em solo coreano estavam apenas no início. A eclosão da Guerra Fria fez com que a península fosse separada em duas metades: uma Coreia capitalista no lado sul e outra comunista, no lado norte. O antagonismo fundado por diferenças ideológicas entre os blocos capitalista e socialista, sob a liderança dos Estados Unidos da América (EUA) e da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) deu origem a um clima de conflito permanente, que mais tarde seria denominado Guerra Fria. A formulação do conceito de "paz pelo medo", a intensificação da corrida armamentista e a estratégia de empregar zonas de influência como instrumento político caracterizaram a disputa pela hegemonia global (Moraes; Franco, 2006).

A Guerra da Coreia foi o primeiro conflito a eclodir na época (1950), cerceando as tentativas de unificação do território, criando um estado de beligerância que se estendeu até 1953. O lado sul se tornou oficialmente República da Coreia em 1948, após uma longa disputa entre as forças capitalistas americanas e os interesses da antiga União Soviética, mas o estado de beligerância entre os dois pólos da península se estendeu até 1953. A Coreia do Sul saiu da disputa como um dos mais países mais pobres do mundo na época, o discurso anticomunista levou a um golpe militar em 1961, que perdurou até 1997 (Araújo, 2020). Além da corrupção, as limitações da estratégia de substituição de importações incluíam a contínua dependência de importações de maquinário e materiais de produção que necessitavam ser pagos. No entanto, a economia estava encurralada em um cenário de crescimento modesto, baixa renda, escassa poupança e investimento limitado. Sem exportações significativas, as importações eram financiadas por assistência dos Estados Unidos, mas estes começaram a reduzir a ajuda e a repensar seus objetivos. Progressivamente, passaram a priorizar o fortalecimento da agricultura sul-coreana e seu desenvolvimento como uma indústria voltada para a exportação (Prestowitz, 2003).

Foi nos Estados Unidos que a Coreia do Sul viu uma alternativa para reverter a crise que assolava o país há décadas. Segundo Prestowitz (2003), entre 1951 e 1960, o total do apoio econômico que os Estados Unidos prestaram à Coreia foi de cerca de 1 bilhão de dólares por ano, cerca de duas vezes a receita interna coreana. Foi através desse apoio financeiro, que ajudou a fomentar o rápido e elevado crescimento econômico do país, principalmente entre 1961 e 1969, e que teve como base uma expansão industrial e o crescimento de grandes grupos de negócios, formados por pequenas empresas que evoluíram para formar grandes

conglomerados familiares que atualmente são conhecidos como chaebol, que futuramente se tornaram marcas globais como Samsung, Hyundai e LG Group (Powers, 2010)

Outro momento de grande importância para o desenvolvimento econômico da Coreia do Sul foi a ascensão ao poder do General Park Chung-Hee em 1961, que governou o país de 1961 a 1979. Park Chung-Hee é considerado um dos principais responsáveis pelo sucesso do processo de industrialização no país, alcançado através de uma forte política de importações. O rápido desenvolvimento econômico da Coreia do Sul teve seu embalo inicial com a introdução de planos quinquenais estabelecidos durante o governo de Park Chung-Hee. Os Planos Quinquenais de Desenvolvimento Econômico (PQDE) consistiam em políticas econômicas de curto prazo que tinham como objetivo promover a industrialização do país através do aumento da cooperação entre o governo e o capital privado (Souza & Yoon, 2001).

Essa transformação extraordinária ficou conhecida como “Milagre do Rio Han”. Termo que se refere ao acelerado crescimento econômico movido pelas exportações que incluiu um rápido processo de industrialização e avanço tecnológico, acompanhado de um boom educacional, aumento dos padrões de vida e modernização, principalmente na capital, Seul, e outras principais cidades do país.

Na década de 1970, políticas foram implementadas, definindo uma nova estratégia comercial que marcou a ascensão das chaebols no cenário econômico sul-coreano. Esses grandes conglomerados empresariais, liderados por famílias, desempenharam um papel significativo no desenvolvimento econômico do país. O termo “chaebol” tem suas raízes na pronúncia chinesa dos zaibatsu, conglomerados japoneses anteriores a 1945, compartilhando um processo lógico semelhante. Mais do que simples conglomerados dirigidos por grandes empresários, as chaebols são resultado de contribuições governamentais, grupos formados por pequenas empresas que evoluíram para formar grandes conglomerados familiares que atualmente são conhecidos como chaebol, que futuramente se tornaram marcas globais como Samsung, Hyundai e LG Group (Powers, 2010). Além do apoio estatal, sua eficiência foi crucial; eram impulsionadas pelo suporte governamental e também pela capacidade de gerar resultados alinhados aos objetivos do governo, promovendo competitividade nos mercados interno e externo. A influência das chaebols na economia sul-coreana perdura, refletindo-se na interconexão intrínseca com a cultura contemporânea (Seth, 2016).

Ao compreender esses conglomerados, muitos dos quais estão intrinsecamente ligados ao setor cultural, percebe-se que eles desempenham um papel vital como instrumentos de soft power. Estas empresas estabelecem relações através de parcerias com grandes grupos de k-pop e patrocinam amplamente o desenvolvimento da indústria cinematográfica sul-coreana (Seth, 2016).

Após a eleição direta de Roh Tae-Woo em 1988, encerrando o período militar, a Coreia do Sul ingressou em uma fase de transição democrática. Durante os Jogos de Verão de setembro de 1988, o país teve a oportunidade de construir uma imagem positiva internacional, sediando um evento olímpico que envolveu praticamente todas as nações mundiais, fortalecendo laços e projetando uma imagem moderna (Seth, 2016). O governo de Roh Tae-Woo, nos primeiros anos de redemocratização, estabeleceu as bases para uma abordagem mais centrada no setor cultural. Já sob a gestão de Kim Young-Sam (1993-1998), houve um redirecionamento da atenção governamental para o setor cultural e seu potencial, reconhecendo a necessidade de competitividade em meio à globalização emergente. Durante esse período, as indústrias culturais e o setor tecnológico do país receberam maior destaque, evidenciado pelo discurso presidencial em 1995 sobre a importância da cultura na era da informação (Kim, 2016). A crise financeira asiática de 1997 apresentou desafios significativos, causando instabilidade econômica e levantando questões sobre os investimentos das chaebols no setor manufatureiro. Apesar disso, o período pós-crise, a partir de 1998, testemunhou um crescimento econômico mais robusto. Os setores cultural e tecnológico ganharam destaque político e econômico, tornando-se fundamentais para a Coreia do Sul.

O emprego estratégico de sediar grandes eventos tornou-se uma prática fundamental para muitos países, atuando como uma poderosa ferramenta na construção e solidificação de seu soft power. A Coreia do Sul, alinhada a essa abordagem, escreveu capítulos marcantes de sua história internacional por meio desses megaeventos. Em 1988, as Olimpíadas de Verão foram uma virada significativa que marcou a celebração do esporte global e simbolizou a superação de uma crise econômica que assolava o país há décadas. Ao sediar esses jogos, a Coreia do Sul demonstrou seu ressurgimento econômico e estabeleceu uma plataforma para influenciar narrativas globais (Seth, 2016).

A saga continuou em 2002, quando o país foi palco da Copa do Mundo de Futebol. Esse evento massivo reforçou a imagem da Coreia do Sul como uma nação moderna e acolhedora e proporcionou uma oportunidade única de se conectar com um público global apaixonado pelo esporte mais popular do mundo. A habilidade do país em orquestrar eventos desse porte evidenciou sua capacidade de gestão, infraestrutura de classe mundial e, acima de tudo, sua aptidão para criar experiências memoráveis (Seth, 2016).

Mais recentemente, em 2018, as Olimpíadas de Inverno consolidaram a posição da Coreia do Sul como um destino global para eventos esportivos de grande escala. Ao sediar tanto os jogos de verão quanto os de inverno, o país conquistou um lugar de destaque, juntando-se a uma lista exclusiva de nações que conseguiram hospedar três megaeventos

internacionais. Esse feito reforçou a reputação da Coreia do Sul como um anfitrião exemplar, estabelecendo um precedente impressionante no cenário global (Seth, 2016).

Entretanto, enquanto o país celebra suas conquistas no palco internacional, questões internas como desigualdade social e bullying capturam a atenção do público. Surpreendentemente, esses desafios sociais são transformados em narrativas de sucesso internacional por meio dos populares K-dramas, e a ressonância global dessas histórias reflete tanto o alcance da indústria cultural sul-coreana, quanto a sua capacidade de transformar desafios sociais em diálogos universais (Seth, 2016).

Neste contexto, surgiu a expectativa em torno do World Expo 2030 como o ápice dessa estratégia de projeção internacional da Coreia. O evento não seria apenas uma oportunidade de construir uma imagem positiva “concreta” para o país, também seria uma plataforma para mitigar qualquer negatividade que possa comprometer essa imagem. Em um mundo cada vez mais interconectado, a Coreia do Sul reconhece a importância de projetar uma narrativa positiva e gerenciar ativamente como é percebida globalmente. O World Expo 2030 se apresentava como uma oportunidade única de afirmar a posição da Coreia do Sul como um ator global influente que além de contar com um super desenvolvimento econômico, seria finalmente capaz de transcender suas questões sociais mal resolvidas, transcendendo as barreiras culturais e consolidando seu soft power no cenário mundial (Lee; Kim; LI, 2022; Seth, 2016).

Além disso, seria a oportunidade perfeita para demonstrar que o boom econômico que colocou o país de volta no cenário internacional veio seguido de uma boa infraestrutura. Tudo isso, considerando os esforços empregados pelo país para sediar o evento, reflete tanto o desejo de projeção internacional, quanto evidencia que a Coreia do Sul pode até estar ciente da importância de gerenciar a narrativa nacional em um cenário global complexo, mesmo que não tenha sido tão êxito nos últimos anos, como o próprio fiasco das tentativas de se provar capaz de sediar o World Expo 2030 na cidade de Busan.

## **6. O QUE O WORLD EXPO 2030 SIGNIFICARIA PARA A COREIA E O QUE O BTS TEM A VER COM ISSO?**

A World Expo é um evento internacional que visa exibir as realizações culturais, tecnológicas e industriais dos países participantes. As Expos são organizadas pelo Bureau Internacional de Exposições (BIE), uma entidade intergovernamental fundada em 1928 com sede em Paris, França. A ideia por trás dessas exposições é promover o intercâmbio de ideias e avanços, fortalecer relações internacionais e fornecer uma plataforma para discutir desafios globais. Os países participantes na Expo apresentam pavilhões que exibem suas inovações,

cultura e identidade nacional e o evento frequentemente possui um tema central que guia as discussões e apresentações. Exposições passadas trouxeram benefícios significativos para os países anfitriões, elas proporcionam uma oportunidade para a promoção turística, atraindo visitantes de todo o mundo e podem impulsionar o desenvolvimento urbano e econômico, estimulando investimentos em infraestrutura e turismo. O legado de uma Expo muitas vezes inclui avanços tecnológicos e arquitetônicos duradouros.

A primeira Exposição Mundial foi realizada em 1851 no Crystal Palace, em Londres, com o objetivo de destacar as conquistas industriais da Revolução Industrial. Um exemplo notável é a Expo 1889 em Paris, que apresentou a Torre Eiffel como parte de suas inovações. O evento não apenas destacou as realizações francesas, mas também se tornou um marco icônico para a cidade e o país. Já a Expo 1964 em Nova York teve como tema "Paz através da Compreensão", proporcionando uma oportunidade para os Estados Unidos destacarem suas conquistas tecnológicas e científicas durante um período de Guerra Fria.

Segundo a Bureau International de Expositions, organização internacional que gerencia exposições, a organização de uma Expo requer vários anos de planejamento, envolvendo sete etapas que vão desde a notificação da candidatura até o legado pós-evento. O processo inicia-se com a submissão de uma carta de candidatura ao BIE pelo governo do país anfitrião, especificando o tema proposto, cidade e datas, duração do evento, e o status legal dos organizadores. Para Expos Mundiais, as candidaturas devem ser apresentadas entre 6 e 9 anos antes da data de abertura proposta; para Expos Especializadas, esse prazo é de 5 a 6 anos. Após a apresentação de uma candidatura, há um período de seis meses durante o qual outros países podem notificar o BIE sobre suas intenções de também organizar o evento. Após esse período, a lista de candidaturas é encerrada.

A fase de exame do projeto é acionada após esses seis meses, quando os candidatos apresentam um dossiê de candidatura detalhado. Missões de Inquérito do BIE, compostas por membros da Vice-Presidência do BIE, Delegados de Estados Membros ou especialistas, e o Secretário-Geral do BIE, são enviadas para avaliar a viabilidade do projeto, o clima político e social do país candidato, e o apoio das partes relevantes. Os resultados dessas missões são compilados em um relatório, revisado pelo Comitê Executivo do BIE, que encaminha os projetos considerados viáveis para a Assembleia Geral. A decisão final é tomada por votação, onde cada Estado Membro tem um voto.

Após a eleição, o país anfitrião formaliza seu projeto Expo, chamado de "Registro" para Expos Mundiais e "Reconhecimento" para Expos Especializadas. Esse dossiê deve abordar legislação, medidas financeiras, status legal do Organizador, plano mestre do local, plano financeiro, programa cultural, plano de comunicação, entre outros. O dossiê é revisado

pelos Estados Membros e, uma vez aprovado pela Assembleia Geral, a Expo é formalmente "Registrada" ou "Reconhecida". A fase de implementação envolve o planejamento, construção e operação do local, bem como convites oficiais enviados aos governos para participar. O organizador coordena com participantes internacionais, estabelecendo contratos e relatórios regulares ao Bureau International des Expositions (BIE) . Durante essa fase, encontros internacionais são realizados para otimizar a participação dos Estados Membros. A Expo em si dura até seis meses (ou três meses para Expos Especializadas), envolvendo milhares de visitantes diariamente. Participantes internacionais organizam eventos culturais, e uma série de fóruns e conferências são realizados.

O World Expo 2020, sediado em Dubai, representou um exemplo notável do impacto positivo que um megaevento internacional pode ter em um país, especialmente quando este busca superar aspectos negativos associados à sua imagem nacional. A escolha de Dubai como sede reflete não apenas sua capacidade de oferecer uma experiência excepcional, mas também sua aspiração de transformar percepções globais. Segundo o site oficial de turismo de Dubai (Visit Dubai), o World Expo 2020 teve um impacto significativo na promoção da diversidade cultural e na projeção de uma imagem de inovação e progresso. A cidade acolheu milhares de visitantes de todo o mundo, proporcionando uma plataforma para compartilhamento de ideias e avanços em várias áreas.

Além disso, o evento foi uma oportunidade para Dubai destacar seus esforços em áreas como sustentabilidade, tecnologia e desenvolvimento urbano. Isso não apenas reforçou a posição da cidade como um centro global de negócios, mas também contribuiu para a narrativa de uma Dubai moderna e voltada para o futuro. A realização do World Expo 2020 também teve implicações econômicas positivas. O influxo de visitantes, os investimentos em infraestrutura e as parcerias comerciais estabelecidas durante o evento tiveram um impacto significativo no crescimento econômico do país. Dubai não apenas sediou um evento global, mas também aproveitou a oportunidade para mostrar seu potencial para investidores, fortalecendo assim sua posição no cenário internacional.

Essa estratégia de usar megaeventos como uma plataforma para redefinir a imagem de uma nação e impulsionar seu desenvolvimento econômico está alinhada com a teoria de "diplomacia de celebridades" (Cooper, 2008). Assim como celebridades podem ser instrumentos para melhorar a imagem de um país, eventos de grande escala como o World Expo servem como catalisadores para narrativas positivas e mudanças percebidas. O interesse da Coreia em sediar o World Expo é um reflexo claro de sua estratégia para impulsionar sua

imagem global e fortalecer sua posição como um país inovador e dinâmico. Esse esforço é particularmente evidente nas ações do grupo BTS, que desempenha um papel crucial nessa iniciativa.

Sendo uma sensação global da música pop sul-coreana, o grupo realizou um concerto espetacular em Busan, segunda maior e mais populosa cidade da Coreia do Sul, que reuniu pelo menos 100 mil espectadores físicos e outros 49 milhões online, contribuindo significativamente para a campanha de promoção da candidatura da Coreia para sediar o World Expo, quem acabou não contribuindo foi a própria Coreia. Esse envolvimento deveria demonstrar a interseção única entre a cultura pop, representada pelo BTS, e a diplomacia nacional, mas também evidenciou problemas internos que fazem com que o país ainda se mantenha atrelado com os aspectos negativos, sejam eles internos ou externos.

No contexto da teoria de "diplomacia de celebridades" (Cooper, 2008), o BTS emerge como um ator fundamental na construção da imagem internacional da Coreia. Sua influência transcende fronteiras, alcançando milhões de fãs globalmente. Ao participar ativamente na promoção do World Expo e associar sua imagem a esse evento de magnitude internacional, o BTS contribui para a narrativa de uma Coreia inovadora, acolhedora e globalmente relevante. O concerto realizado em Busan não apenas foi um espetáculo musical notável, mas também serviu como uma plataforma para destacar as aspirações da Coreia em sediar o World Expo. A visibilidade global do BTS, especialmente nas redes sociais, amplifica a mensagem, atingindo públicos diversificados e reforçando a posição da Coreia como um local ideal para o evento.

Assim, a estratégia da Coreia em envolver o BTS nesse processo não é apenas uma jogada de relações públicas, mas uma compreensão profunda do poder da cultura pop como uma ferramenta eficaz na diplomacia moderna. Isso ilustra como as celebridades não apenas refletem, mas moldam ativamente a imagem de uma nação no cenário mundial.

Apesar da iniciativa positiva de envolver o BTS na promoção da candidatura da Coreia para sediar o World Expo, o governo se deparou com um paradoxo notável. A tentativa de transformar um concerto, algo que deveria ser uma operação logística relativamente simples para um país com uma infraestrutura tão avançada, tornou-se um pesadelo, anulando parcialmente o propósito inicial de usar o BTS como uma ferramenta de propaganda eficaz. A Coreia do Sul, conhecida por sua tecnologia de ponta e eficiência logística, viu-se enfrentando desafios inesperados durante a organização do concerto em Busan. Esses desafios foram amplamente documentados e destacam uma desconexão notável entre a capacidade do país de lidar com eventos de grande escala e as dificuldades específicas encontradas nessa situação.

Além disso, o alistamento militar do BTS gerou intensa repercussão global, marcando um capítulo importante na trajetória da famosa boy band sul-coreana. O governo sul-coreano

anunciou que os membros do grupo não seriam isentos do serviço militar obrigatório, uma decisão que trouxe à tona discussões sobre a equidade e responsabilidade social. Anteriormente, alguns artistas haviam recebido isenções devido a suas contribuições notáveis para a cultura e a imagem do país, mas o caso do BTS indicou uma mudança na política governamental.

A questão sobre o BTS, incontestavelmente o mais renomado produto de exportação cultural da Coreia do Sul, cumprir o serviço militar tem sido objeto de discussão por um longo período. Anteriormente, as isenções eram concedidas a medalhistas olímpicos e músicos clássicos. Em 2020, houve a primeira tentativa de oferecer a justa isenção do serviço militar através da Lei BTS, que possibilitaria ao BTS, e a qualquer artista a alcançar o mesmo nível de reconhecimento oficializado pela recomendação do Ministério da Cultura, a adiar o serviço militar obrigatório até os 30 anos de idade (Billboard, 2022). A lei Os defensores da banda, incluindo membros do governo na época, sustentavam que as maiores estrelas pop da Coreia já haviam prestado um serviço valioso ao país, gerando receitas substanciais, e, portanto, deveriam ser autorizadas a continuar contribuindo com seu talento como superestrelas (BBC, 2023).

Compreensivelmente, a notícia da não isenção provocou reações variadas entre os fãs do BTS. Enquanto alguns expressaram apoio à decisão do governo, argumentando que a igualdade no serviço militar é crucial para a coesão social, outros ficaram desapontados com a perspectiva de uma pausa nas atividades do grupo durante o período de serviço militar obrigatório. O BTS, conhecido por sua influência global e impacto cultural, recebeu mensagens de solidariedade de fãs ao redor do mundo, destacando o respeito pela decisão soberana do governo sul-coreano. “Para o público ocidental, parece bastante cruel que pessoas no auge do seu sucesso tenham que parar e fazer um hiato forçado, gostem ou não” (Grace Kao, professora da Universidade de Yale para a BBC, 2023).

O governo sul-coreano, ao buscar utilizar o BTS como uma peça central em sua campanha para sediar o World Expo, pareceu desconsiderar as implicações do alistamento militar do grupo. A decisão não surgiu do nada, uma vez que o governo sul-coreano recebeu mensagens explícitas sobre a importância do BTS para conseguir apoio internacional para sediar o World Expo 2030, como foi o caso do Ministro de Relações Exteriores do México afirmou que não precisava de nada mais para prestar apoio à Coreia do Sul, bastava que o BTS estivesse no evento, também houveram menções de que todas as conversas entre os diplomatas e representantes oficiais de outros países sobre a Coreia começa com o BTS (Financial News, 2022).

Mas, apesar de ter tudo a seu favor, a Coreia provavelmente não antecipou as complicações que surgiriam na gestão do evento. As questões logísticas, que vão desde o controle de multidões até a coordenação eficiente dos serviços de transporte, minaram, em parte, os esforços para apresentar uma imagem suave e organizada da Coreia. Essa situação paradoxal destaca a complexidade envolvida na interseção entre a cultura pop, diplomacia e logística de eventos internacionais. Mesmo com uma infraestrutura avançada, a organização de eventos que envolvem super estrelas globais como o BTS pode se revelar desafiadora, especialmente quando há uma ênfase excessiva na dimensão propagandística, em detrimento da eficácia operacional.

Esse episódio serve como um lembrete de que, embora as celebridades possam ser ativos valiosos na diplomacia moderna, existem outros pontos que devem ser associados a essas personalidades que são cruciais para garantir que a mensagem desejada seja transmitida com sucesso. Uma vez que "a eficácia da diplomacia cultural muitas vezes está enraizada na habilidade de equilibrar a narrativa desejada com a capacidade prática de execução." (Cull, em *The Washington Post*, 2022)<sup>3</sup>

O desfecho da candidatura da Coreia do Sul para sediar o World Expo revelou-se uma narrativa desafiadora, contrariando as expectativas alimentadas pela efervescência global em torno do BTS e do esforço concertado para impulsionar a imagem internacional do país. O pesadelo logístico vivenciado durante o concerto do grupo em Busan, apesar da avançada infraestrutura sul-coreana, tornou-se um precursor infeliz do que estava por vir. A tentativa de transformar o evento, realizado através de uma parceria entre o governo e a empresa responsável pelo grupo, em uma vitrine de eficiência e modernidade acabou sendo ofuscada pelos desafios logísticos e organizacionais, destacando uma desconexão notável entre a capacidade do país de lidar com eventos de grande escala e a realidade prática.

A colaboração entre a *HYBE Corporation*, responsável pelo gerenciamento do BTS, e o governo sul-coreano para o tão aguardado show "*Yet To Come*" em Busan representaria uma aliança estratégica entre a indústria do entretenimento e as esferas governamentais. O espetáculo cercado de altas expectativas, estava destinado a ser um marco crucial tanto para o grupo quanto para a promoção cultural global da Coreia do Sul. Além disso, é importante destacar que o BTS concordou em se apresentar para a cidade de Busan sem remuneração, manifestando seu desejo de realizar um concerto gratuito para os fãs, uma iniciativa que remonta aos objetivos de longa data do grupo (NME, 2022).

---

<sup>3</sup> A South Korean city badly wants the World Expo. BTS is its secret weapon by Michelle Ye Hee Lee, Min Joo Kim and Lyric Li

Entretanto, a colaboração não esteve isenta de desafios, o primeiro deles sendo a controvérsia em relação às despesas entre a *HYBE* e o governo sul-coreano, após o veículo de mídia *KBS* reportar que o governo sul-coreano havia mandado solicitações de patrocínio para pelo menos 10 grandes empresas privadas. A empresa afirmou que sempre considerou cuidadosamente o apoio financeiro do governo, dada a sua origem nos impostos dos contribuintes e reiteraram que a *HYBE* e o BTS estão comprometidos em contribuir para o país, especialmente enfatizando a importância da representação do BTS para Busan e a Coreia do Sul como alguns dos maiores astros mundiais. A *HYBE* concluiu sua declaração expressando seu orgulho em contribuir para o país e o desejo de que o concerto em Busan seja uma peça fundamental na busca para sediar a World Expo de 2030 (NME, 2022).

O concerto também enfrentou outras críticas públicas, incluindo questões relacionadas à segurança e capacidade do local original, Ilgwang Special Stage, que não tinha estrutura para abrigar um evento dessa magnitude. Respondendo a essas preocupações, o local do concerto foi posteriormente alterado para o Estádio Principal da Ásia em Busan. Essa mudança destaca a complexidade envolvida na organização de eventos de grande escala e a necessidade de adaptações para garantir a segurança e satisfação do público.

A série de eventos desafiadores que envolveu a Coreia do Sul transcende os limites do palco internacional, estendendo-se aos próprios domínios da infraestrutura e organização do país. Além do episódio problemático durante o concerto do BTS em Busan e a subsequente derrota na candidatura para sediar o World Expo, outros eventos marcantes evidenciaram a complexidade da gestão de grandes aglomerações na nação sul-coreana.

O Halloween em Itaewon, conhecido por ser uma celebração animada, tornou-se um incidente sombrio quando uma multidão densa resultou em tumultos e preocupações com a segurança. Anos antes da trágica aglomeração durante a semana do Halloween em Itaewon, as autoridades sul-coreanas já tinham ciência de que o encerramento desse evento atraía grandes multidões. Alertas internos alertavam sobre o perigo de esmagamento, e reuniões e relatórios destacavam a possibilidade de tumultos, mas apesar dos apelos de um chefe de polícia por reforços para controlar as multidões e chamadas desesperadas pedindo intervenção em situações críticas, as autoridades optaram repetidamente por ignorar esses avisos. Essas oportunidades negligenciadas foram cruciais para prevenir a trágica aglomeração em 29 de outubro, na qual 158 pessoas perderam a vida e 196 ficaram feridas. O desafio de coordenar um evento aparentemente simples como uma festividade cultural destacou as lacunas na capacidade logística e no planejamento de contingência.

Da mesma forma, o Jamboree de Escoteiros, um mega evento global muito popular na Ásia, enfrentou dificuldades inesperadas. A crise climática forçou a retirada de 36 mil

participantes, lançando uma sombra sobre a capacidade do país de lidar com emergências e assegurar a segurança dos envolvidos. Este episódio, ocorrendo separadamente, mas compartilhando a infraestrutura como denominador comum, reforçou as preocupações sobre a robustez dos sistemas de gestão de eventos na Coreia do Sul.

Esses incidentes, entrelaçados pela narrativa da infraestrutura, lançam luz sobre a necessidade de uma revisão abrangente das estratégias de gestão de eventos. A atenção global voltada para a Coreia do Sul, impulsionada pela influência do BTS e pelos esforços diplomáticos, trouxe consigo o desafio adicional de atender a expectativas crescentes em relação à competência organizacional.

Esse revés logístico, juntamente com uma confiança excessiva, contribuiu para uma imagem de super confiança por parte da Coreia do Sul. As complicações em torno do concerto podem ter influenciado a percepção global sobre a capacidade do país de sediar um evento internacional de magnitude ainda maior, como o World Expo. A derrota na votação para sediar o World Expo, posteriormente, adicionou um toque de sal à ferida da confiança ferida. A Coreia do Sul, almejando utilizar o evento como uma plataforma para superar aspectos negativos associados à sua imagem nacional, agora se encontra diante de uma realidade menos otimista. As análises sugerem que a confiança excessiva e a falha em abordar efetivamente os desafios logísticos contribuíram para a decisão adversa.

O presidente Yoon, ao pedir desculpas publicamente, reconheceu implicitamente a gravidade da situação. O episódio não apenas desencadeou uma reflexão interna sobre a gestão de grandes eventos, mas também gerou uma necessidade de revisitar estratégias e abordagens em futuras iniciativas de diplomacia cultural e promoção internacional.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O papel do BTS como celebridades diplomáticas não se limita ao palco musical. O grupo participou ativamente de iniciativas que transcendem o entretenimento puro. A campanha "Love Myself" contra a violência infantil é um exemplo notório. Ao alinhar sua imagem a causas sociais, o BTS não apenas conquistou fãs leais, mas também destacou a responsabilidade social, transformando-se em embaixadores da mudança positiva. O discurso proferido pelo BTS na 76ª Assembleia Geral da ONU em 2021 acentuou ainda mais esse papel. Enquanto enviados especiais do presidente sul-coreano, os membros do BTS apresentaram mensagens de esperança, inclusão e responsabilidade global. Esse envolvimento em questões além do âmbito musical consolidou o status do grupo como embaixador cultural, oferecendo à Coreia do Sul uma plataforma única para promover seus valores no palco mundial.

O impacto da diplomacia cultural sul-coreana, orquestrada pelo sucesso global do K-pop e, mais especificamente, do BTS, ultrapassa os limites dos palcos internacionais. Através da disseminação da cultura pop, a Coreia do Sul posicionou-se como um centro de inovação, juventude e expressão artística. As características distintas do K-pop não apenas alimentaram uma base de fãs global, mas também desafiaram estereótipos e ampliaram a compreensão global sobre a riqueza cultural sul-coreana. Ao alinhar a indústria do entretenimento com objetivos diplomáticos, a Coreia do Sul construiu uma ponte cultural que transcende barreiras linguísticas e culturais. Essa estratégia foi crucial para moldar a percepção global sobre o país, afastando-se de estereótipos tradicionais e apresentando uma Coreia do Sul dinâmica, moderna e culturalmente rica.

O papel do BTS na cena internacional transcende o domínio musical, consolidando-se como uma força significativa na arena da diplomacia global. O fenômeno conhecido como "celebrity diplomacy" ganha nova dimensão quando observado através da lente do BTS, cuja influência ultrapassa fronteiras e gera impactos tangíveis na percepção internacional da Coreia do Sul. Entretanto, a diplomacia de celebridades não está isenta de desafios. A decisão do governo sul-coreano em não conceder isenções militares aos membros do grupo gerou controvérsias e expôs a complexidade de alinhar interesses nacionais com a imagem global. Essa ambiguidade na postura governamental cria um desafio intrínseco: como equilibrar a promoção internacional com as demandas e expectativas domésticas. Além disso, eventos recentes, como as dificuldades logísticas associadas ao show em Busan, ressaltam que o sucesso da diplomacia de celebridades depende não apenas da projeção de uma imagem positiva, mas também de ações concretas e apoio institucional.

O BTS emergiu como uma força incontestável na diplomacia de celebridades, oferecendo uma série de lições para futuras estratégias. A integração de valores sociais, a participação ativa em fóruns globais e a manutenção de uma autenticidade percebida são fatores essenciais. No entanto, o caso do BTS também destaca que a influência global requer uma abordagem holística e coerente por parte do governo. A discordância entre a isenção militar e a falta de apoio logístico em eventos importantes levanta questões cruciais sobre a integridade e a consistência da diplomacia sul-coreana.

A integração de celebridades, especialmente no contexto do BTS, na diplomacia nacional apresenta uma série de desafios e complexidades que não podem ser negligenciados. Enquanto a potência do alcance global do grupo é inegável, a gestão dessa influência em contextos diplomáticos levanta questões críticas. A gestão de celebridades como diplomatas culturais coloca essas figuras em um terreno delicado de pressões políticas e expectativas públicas. O BTS, como ícone global, está sob constante escrutínio tanto em casa quanto no

exterior. O governo sul-coreano, ao escolher o grupo como ferramenta de diplomacia, precisa equilibrar as expectativas dos fãs com as necessidades políticas, um equilíbrio muitas vezes difícil de alcançar.

A decisão inicial do governo sul-coreano em não conceder isenções de serviço militar ao BTS, seguida por discussões ambíguas sobre uma possível permissão especial, destaca dilemas éticos. A relação entre o serviço militar obrigatório e o status de celebridade global levanta questões sobre tratamento equitativo. A inconsistência governamental nesse aspecto cria um cenário onde a diplomacia de celebridades pode ser percebida como manipuladora ou oportunista. O sucesso do BTS como embaixador cultural global se baseia, em grande parte, em sua autenticidade percebida. A diplomacia de celebridades requer uma gestão cuidadosa da imagem para garantir que o público perceba a autenticidade por trás das ações. Quando essa autenticidade é questionada, como no caso da ambiguidade sobre o serviço militar, a credibilidade tanto do grupo quanto do governo pode ser comprometida.

Assim, enquanto o BTS continua a desempenhar um papel crucial na projeção internacional da Coreia do Sul, o futuro da diplomacia de celebridades dependerá da capacidade do país de traduzir essa influência em ações tangíveis e de manter uma narrativa coesa que ressoe tanto globalmente quanto dentro de suas fronteiras. A integração de ícones culturais globais na promoção de uma nação exige uma abordagem estratégica, ética e alinhada com políticas governamentais consistentes. A superação desses desafios pode não apenas fortalecer a posição internacional do país, mas também estabelecer novos padrões para futuras interações entre celebridades e diplomacia. A eficácia desse modelo dependerá da capacidade contínua de aprender, ajustar e equilibrar as complexidades inerentes a essa forma única de diplomacia.

## **REFERÊNCIAS**

ABC NEWS. OH, Chae Young. LEE, Shihoo. South Korean President appoints BTS as special envoys before their visit to the UN. ABC News, Seul, 14 set. 2021. Disponível em: <https://abcnews.go.com/International/south-korean-president-appoints-bts-special-envoys-visit/story?id=80006773>. Acesso em: 13 jul 2023.

BILLBOARD. CHAN, Anna. BTS Officially Appointed as Ambassadors for World Expo 2030 Busan, Korea. Billboard. 19 julho. 2022. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.billboard.com/music/music-news/bts-world-expo-2030-busan-ambassadors-1235115785/amp/>. Acesso em: 16 jul 2023.

CNN. Halloween crush: Itaewon Halloween 2022 timeline. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2022/11/04/asia/itaewon-seoul-korea-halloween-crush-timeline-intl-hnk-dst/index.html>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

DEVIANTE. PACILIO, Isabela. O fator BTS na política e economia da Coreia do Sul. Disponível em: <<https://www.deviante.com.br/noticias/o-fator-bts-na-politica-e-economia-da-coreia-do-sul/>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

FORBES. KELLEY, Caitlin. BTS Deliver Speech At United Nations Urging Young People To 'Find Your Voice'. Forbes. 25 set. 2018. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/caitlinkelley/2018/09/25/bts-deliver-speech-at-united-nations-urging-young-people-to-find-your-voice/?sh=67145fbc7142>. Acesso em 13 jul 2023.

FOLHA DE S.PAULO. Crise climática força retirada de 36 mil em megaevento de escoteiros na Coreia do Sul. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2023/08/crise-climatica-forca-retirada-de-36-mil-em-megaevento-de-escoteiros-na-coreia-do-sul.shtml>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

THE NEW YORK TIMES. "South Korea Passes Law Allowing BTS Members to Postpone Military Service." Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/12/01/world/asia/korea-bts-law-military-deferment.html>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

THE WASHINGTON POST. LEE, Michelle Ye Hee. KIM, Min Joo. LI, Lyric. A South Korean city badly wants the World Expo. BTS is its secret weapon. The Whashington Post. 13 out. 2022. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/world/2022/10/13/bts-concert-busan-korea-world-expo/>. Acesso em: 16 jul 2023.

WORLD EXPOS. BUREAU INTERNATIONAL DES EXPOSITIONS (BIE). Expo 2023 Doha. Disponível em: <<https://www.bie-paris.org/site/en/2023-doha>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

WORLD EXPOS. BUREAU INTERNATIONAL DES EXPOSITIONS (BIE). Qatar Welcomes the World to Horticultural Expo 2023 Doha. Disponível em: <<https://www.bie-paris.org/site/en/news-announcements/horticultural-expos-2/qatar-welcomes-the-world-to-horticultural-expo-2023-doha>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

CNN. "The rise and rise of K-pop boy band BTS." 31 Maio 2023. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2019/05/31/asia/gallery/bts-k-pop/index.html>. Acesso em: 20 Nov 2023.

DEVIANTE. "O fator BTS na política e economia da Coreia do Sul." Disponível em: <<https://www.deviantecom.br/noticias/o-fator-bts-na-politica-e-economia-da-coreia-do-sul/>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

KOREA PRO. "South Korea's Overconfidence Adds Salt to the Wound of Failed World Expo Bid." Disponível em: <<https://koreapro.org/2023/11/south-koreas-overconfidence-adds-salt-to-the-wound-of-failed-world-expo-bid/?t=1702850897502>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

THE DIPLOMAT. "South Korea's Failed World Expo Bid Sparks President Yoon's First Apology." Disponível em: <<https://thediplomat.com/2023/12/south-koreas-failed-world-expo-bid-sparks-president-yoons-first-apology/>>. Acesso em: 16 Nov 2023.

BILLBOARD. KELLEY, Caitlin. "How to Get Into BTS: A Primer for ARMY Recruits." 18 Maio 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8456568/bts-primer-army-recruits>. Acesso em: 16 Nov 2023.

BBC NEWS. MAO, Frances. "BTS vai para o Exército: o que acontece agora com as maiores estrelas do Kpop?". 14 Dezembro 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cw4k3qgedq4o#:~:text=Anteriormente%2C%20houve%20isen%C3%A7%C3%B5es%20concedidas%20a,os%2030%20anos%20de%20idade>. Acesso em: 20 Dez 2023.

BILLBOARD. KWAAK, Jeyup. "BTS' Members Will Serve In South Korea's Military." 17 Outubro 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/bts-members-serve-south-korea-military-1235156836/>. Acesso em: 20 Nov 2023.

SUPER INTERESSANTE. LUISA, Ingrid. "A diplomacia do K-pop." 23 out. 2019. Disponível em: <https://super.abril.com.br/especiais/a-diplomacia-do-k-pop/>. Acesso em: 30 jul 2023.

REVISTA QUEM. PACILIO, Isabela. "O que é K-pop: a história do gênero que mudou a indústria da música." 30 mai. 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/05/o-que-e-k-pop-historia-d-o-genero-que-mudou-industria-da-musica.html>. Acesso em: 30 jul 2023.

NYE, Joseph S. "The Future of Power." [S. l.]: Public Affairs, 2011. 320 p.

NYE, Joseph S. "Soft Power: the means to success in world politics." Nova Iorque, Public Affairs, 2004.

NYE, Joseph S. "Soft Power." *Foreign Policy*, no. 80, 1990, pp. 153–71. JSTOR, <https://doi.org/10.2307/1148580>. Accessed 18 Jan. 2024.

COOPER, Andrew F. "Beyond One Image Fits All: Bono and the Complexity of Celebrity Diplomacy." *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations* 14, no. 3 (Agosto/Setembro 2008): 265-72. doi:10.1163/19426720-01403002.

POWERS, Charlotte Marguerite. "The changing role of chaebol: Multi-conglomerates in South Korea's National Economy." 2010. 166 f. TCC (Graduation) = Political Economic, Georgetown University, Georgetown, 2010.

KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE. "The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon." *Contemporary Korea*. n. 1, 2011. Disponível em: <<http://biznetasia.com/wp-content/uploads/2011/09/The-Korean-Wave-A-New-Pop-Culture-Phenomenon.pdf>>. Acesso em: 23 nov 2023.

KIM, Sung Mi. "South Korea's Middle-Power Diplomacy: Changes and Challenges." *Asia Programme*. 2016. Disponível em: <<http://workspace.unpan.org/sites/internet/Documents/UNPAN97280.pdf>>. Acessado em 20 nov 2023.

OH, Ingyu; LEE, Hyo-Jung. "K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing Post-Developmental Society." In: *Cross-Currents: East Asian History And Culture Review*, Republic of Korea, v. 3, n. 1, p. 72 – 93, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. "Fundamentos de metodologia científica." 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p. ISBN 85-224-3397-6.

POZZI, Stefania; DENNISON, Stephanie. "BTS: everything you need to know about the astounding success of the world's favourite K-Pop band." *Intertelas*. 06 Novembro 2018. Disponível em: <https://revistaintertelas.com/2018/11/06/bts-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-incrivel-sucesso-da-banda-k-pop-favorita-do-mundo/>. Acesso em: 18 Dezembro 2023.

Todd Hall, "An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category", in *The Chinese Journal of International Politics*, Vol. 3, 2010, p. 197.

Janice Bially Mattern, "Why 'Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics", in *Millenium – Journal of International Studies*, 2005, v. 33, n. 583.

CHIN, Carmen. "HYBE addresses expenses for BTS' upcoming 'Yet To Come' concert in Busan". *NME*. 22 setembro 2022. Disponível em: <[https://www.nme.com/en\\_au/news/music/hybe-expenses-controversy-for-bts-yet-to-come-concert-busan-3315116](https://www.nme.com/en_au/news/music/hybe-expenses-controversy-for-bts-yet-to-come-concert-busan-3315116)>. Acesso em: 16 janeiro 2024.

ALMEIDA, lucas. “BTS faz primeira apresentação ao vivo após anúncio de ‘hiato’”. Tangerina. 15 outubro 2022. Disponível em: <<https://tangerina.uol.com.br/musica/bts-primeira-apresentacao-apos-hiato/>>. Acesso em: 15 Janeiro 2024.

OWOSEJE, Toyin. “BTS want to teach their fans Korean with new short videos”. CNN. 23 março 2020. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2020/03/23/entertainment/bts-korean-app-intl-scli/index.html>>. Acesso em: 16 janeiro 2024.

Big Hit Entertainment Annual Report 2019.

CHOI, J. (2020). Big Hit Entertainment and the Future of the K-pop Industry. Korea Economic Institute Academic Paper Series.



Universidade do Estado do Pará  
Centro de Ciências Naturais e Tecnologia  
Curso de Bacharelado em Relações Internacionais  
Tv. Enéas Pinheiro, nº 2626 - Marco  
CEP: 66095-100 Belém - PA  
[www.uepa.br](http://www.uepa.br)