A DIPLOMACIA CULTURAL E O SERVIÇO MILITAR OBRIGATÓRIO NA COREIA DO SUL: O CASO DO BTS

Onésimo Agnelo Tomás Semedo[1]
Loide De Sousa Viegas Sebastião [2]
Rosalina Semedo De Andrade Tavares[3]

RESUMO

A Coreia do Sul é um país com uma longa história de diplomacia cultural, já que ela é uma aposta para criação e implementação de projetos que visem uma maior divulgação e defesa dos valores nacionais, visando inserir o país no mercado internacional (BIJOS; ARRUDA, 2010, p.21). O governo sul-coreano tem investido em programas e iniciativas culturais para promover a imagem do país no exterior, tornando a cultura uma commodity (SOUSA; SILVA, 2023, p.9). Um dos exemplos mais bem-sucedidos dessa estratégia é o fenômeno do K-pop, que tem conquistado fãs em todo o mundo. No entanto, a questão do serviço militar obrigatório tem sido um adversário para o retorno desses investimentos, pelo fato de todos os homens sul-coreanos com idade entre 18 e 28 anos serem obrigados a cumprir o serviço militar, com duração de 18 meses a 2 anos, levando, assim, ao abandono de suas carreiras. Essa lei é vista por muitos como uma forma de garantir a segurança nacional do país, mas também é criticada por limitar as oportunidades de carreira dos jovens homens. O grupo de K-pop BTS é um dos principais exemplos do impacto da diplomacia cultural sul-coreana, sendo responsável pela popularização do estilo musical de maneira definitiva (SOUSA; SILVA, 2023, p.15). O grupo se tornou um fenômeno global, com fãs em mais de 100 países, contribuindo para um nível muito alto de arrecadação de receitas para o Estado Sul-Coreano. Procurou-se com este trabalho saber em que medida o serviço militar obrigatório tem sido um entrave à diplomacia cultural na Coreia do Sul, usando aqui o caso do BTS e objetivou-se identificar a razão que esteve na base do choque que surgiu entre os planos de diplomacia cultural e a lei sobre o serviço militar obrigatório, que levou à divisão de opiniões na Coreia do Sul. A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa. Essa metodologia foi utilizada para analisar o impacto do sucesso do BTS na imagem da Coreia do Sul no exterior. Os dados foram coletados por meio de uma revisão bibliográfica, para identificar as principais pesquisas sobre o impacto da diplomacia cultural na imagem de um país no exterior e pesquisas na mídia para identificar como o BTS tem sido coberto pela mídia internacional. Este estudo contribui para o campo da diplomacia cultural ao analisar o impacto do sucesso do BTS na imagem da Coreia do Sul. Foi possível observar que o caso do BTS ilustra a importância da diplomacia cultural para a promoção da imagem de um país no exterior. O sucesso do grupo ajudou a Coreia do Sul a se tornar uma referência cultural global e a aumentar o interesse pelo país.

Palavras-chave: Diplomacia Cultural; Serviço Militar Obrigatório; Coreia do Sul; BTS.

Instituto de Ciência Sociais Aplicadas, Palmares, Discente, onesimosemedo97@gmail.com[1]
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Palmares, Discente, loidesebastiao@gmail.com[2]
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Palmares, Docente, rosalina@unilab.edu.br[3]

ISSN: 2447-6161

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, tem sido notável uma maior visibilidade da cultura sul-coreana, ligada sobretudo à indústria cinematográfica, em que se destacam os k-dramas que vêm cada vez mais conquistando maior audiência mundial, e a indústria musical, em que o estilo K-pop é utilizado para maior valorização da cultura, sendo que, as suas músicas são apreciadas em quase todo o globo, levando-os a alcançarem premiações nacionais e internacionais. Vale ressaltar que, todo esforço para uma maior visibilidade da cultura sul-coreana é fruto de um conjunto de políticas públicas, projetadas e implementadas pelo governo sul-coreano, com vista a garantir o desenvolvimento do próprio país com a exportação da sua cultura, já que estavam vindo de sucessivas guerras, a destacar a invasão pelo Japão e os conflitos com a Coreia do Norte, que tornaram o país extremamente pobre. Entre as políticas adotadas, destaca-se a implementação do Korea Foundation for International Culture Exchange (KOFICE), organização sem fins lucrativos, que trabalha sob a direção do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo da Coreia do Sul (MCST), que entre outros objetivos era o de funcionar como um instrumento de diplomacia cultural (GENTIL, 2017, p.1).

Mas, o que é a Diplomacia cultural?

Existe uma diversidade de conceitos para a expressão apresentada, se não mesmo dizer que há conflitos na compreensão do que vem a ser a Diplomacia Cultural. Segundo Novais (2020, p.1) “Diplomacia cultural é, de maneira geral, a atua-ção dos países no âmbito das relações internacionais por meio de ações simbólicas as quais têm sido utilizadas com objetivos os mais diversos”. Novais acrescenta ainda que:

> Diplomacia cultural é, portanto, campo de atuação na História – é rea-lizada por sujeitos em distintas partes do mundo e em diferentes períodos: existe desde que pessoas de diferentes localidades começaram a manter contato. Afinal, as sociedades têm se constituído a partir do intercâmbio de culturas, de formas parti-culares de sobrevivência e reinvenção do mundo (NOVAIS, 2020, p.1).

Os conceitos aqui apresentados, demonstram claramente a diversidade de pensamentos sobre o tema, mas todos convergem com a ideia da Diplomacia cultural ser um instrumento que os Estados podem usar para uma maior visibilidade do País no mundo, servindo como estratégia de Marketing para tornar-se um país altamente turístico, bem como possibilitar a exportação de diversos produtos, fruto desta divulgação. Por essa razão a Coreia do Sul investiu forte na mesma e tal investimento não só possibilitou a divulgação da sua cultura musical, mas contribui também para o aumento no consumo de produtos como cosméticos, roupas, jogos, tecnologia e o turismo (SOUSA; SILVA, 2023, p.15).

O K-pop foi o que mais contribuiu para reconhecimento mundial do país, no entanto, questões ligadas a legislação, com ênfase no serviço militar obrigatório, pelo fato do alistamento militar, na Coreia do Sul ser compulsório entre os homens e poder ser realizado no momento em que eles completam 18 anos até os 28 anos, durando de 18 a 21 meses, dependendo do setor em que o serviço for cumprido (BOULHOSA; SANTOS, 2022, p.23). Devido às guerras que se registraram no país, “construiu-se uma ideia de que servir seria uma honra e o discurso patriótico sustentou a prática sem grandes dificuldades” (BOULHOSA; SANTOS, 2022, p.23), mas, por algum tempo essa deixou de ser uma realidade única da Coreia do Sul cada vez mais ocidental. Por essa razão, para uma parte da população, o serviço militar obrigatório tem se tornado num

ISSN: 2447-6161

adversário do próprio Estado na prossecução dos seus objetivos, já que muitos grupos que contribuem significativamente para um nível alto de arrecadação do Estado, têm que ser desfeito para poder cumprir o serviço. No entanto, para amenizar os impactos negativos dessa política, “a Constituição Coreana prevê algumas possibilidades de isenção como uma prerrogativa do Poder Executivo para atletas, cientistas ou músicos que tenham prestado um serviço à sociedade coreana considerado tão significativo quanto o militar” (BOULHOSA; SANTOS, 2022, p.23). Por outro lado, há correntes que defendem o cumprimento dos assim chamados idol para divulgação de uma narrativa mais moderna do serviço militar (BOULHOSA; SANTOS, 2022).

Sendo assim, procurou-se com este trabalho saber em que medida o serviço militar obrigatório tem sido um entrave à diplomacia cultural na Coreia do Sul, analisando aqui o caso do BTS, já que, muitos estados a nível do globo, têm usado a sua cultura como produto de exportação e têm angariado níveis elevados de receitas. Objetivou-se identificar a razão que esteve na base do choque que surgiu entre os planos de diplomacia cultural e a lei sobre o serviço militar obrigatório, que levou à divisão de opiniões no país, pelo fato de que, um dos grupos que maior visibilidade deu ao país, BTS, os seus membros deverão cumprir o serviço militar obrigatório até ao final do ano, gerando um impacto negativo no nível de arrecadação das receitas do Estado.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa. Essa metodologia foi utilizada para analisar o impacto do sucesso do BTS na imagem da Coreia do Sul no exterior. Os dados foram coletados por meio de uma revisão bibliográfica, que é desenvolvida baseada em livros e artigos científicos (GIL, 2002). Por meio de pesquisas na mídia (jornais, revistas e plataformas musicais) foi possivel identificar como o BTS tem sido coberto pela mídia nacional e internacional.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A cultura tem sido reconhecida como uma importante aliada para o desenvolvimento dos países, isso é notável pelo fato de que os Estados vêm fazendo uso dela para expandir suas economias.

> Uma das principais fontes da economia da Coreia do Sul atualmente, como já referido, é a indústria musical, o que resultou na criação do “Departamento de K-pop” no Ministério da Cultura, rendendo mais de 4,7 bilhões de dólares por ano. Só o BTS, movimenta 3,7 bilhões de dólares, e são um dos principais motivos para que turistas visitem o país (MARTINS, 2023, p. 105).

BTS ou Bangtan Boys, que traduzido para o português significa “Escoteiros à prova de balas”, representando bem o princípio do grupo de buscar proteger os pensamentos e valores de sua geração, dos estereótipos que são atirados sobre eles como balas, é uma boyband de K-pop, constituída por sete membros: RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V e JungKook. A banda foi criada em 13 de Junho de 2013, pela Big Hit Entertainment.

De acordo com Martins (2023, p. 110),“no período de 2013 - 2017, o grupo lançou músicas e álbuns, realizou turnês mundiais pela Ásia e não só, conquistando fãs dentro e fora do continente asiático, fazendo com que o governo sul-coreano receba mais de 10 bilhões de dólares por ano”.

ISSN: 2447-6161

> Em 2018, após terem feito uma parceria com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) para uma campanha global contra a violência, o BTS foi convidado pelo governo sul-coreano para discursar na 73ª Assembleia Geral das Nações Unidas. Sendo assim, a primeira banda de K-pop a discursar na ONU. Receberam, no mesmo ano, a "The Hwagwan Order of Cultural Merit", que traduzido para o português é, Ordem do Mérito Cultural, uma medalha pelo Ministério da Cultura sul-coreano, pelas suas contribuições na economia e pela divulgação da cultura e língua coreana (MARTINS, 2023, p. 111).

Em 2021, o grupo é chamado novamente para discursar na 76ª Assembleia Geral da ONU. Os sete membros tiveram a oportunidade de discursar sobre os desafios enfrentados pela nova geração, tendo como foco as mudanças climáticas e o impacto da pandemia da Covid-19 na vida dos jovens, se posicionando ainda a favor da vacinação contra o vírus. E foi neste mesmo ano que ganharam passaportes diplomáticos. Diante de todo este sucesso que o BTS estava proporcionando à Coreia do Sul, a população interna como externa começou a preocupar-se com a questão do Serviço militar obrigatório. De acordo com a lei sul-coreana, é obrigatório que todo homem de 18 até aos 28 anos se aliste no exército e cumpra o serviço militar por 18 meses ou 2 anos como parte das defesas contra a Coreia do Norte.

Em 2020, Jin, o membro mais velho do BTS estaria completando 28 anos e não poderia fugir da sua obrigação como cidadão coreano. O que aconteceria então com o BTS? Foi a partir deste questionamento que, fãs e parlamentares pediram o adiamento do serviço militar para o grupo. Em detrimento a esta petição, Araripe (2020), afirma que, a "Assembleia Nacional Coreana julgou e aprovou no mesmo ano a "Lei BTS", com o fim de permitir assim o adiamento do serviço militar de cantores de K-pop até aos 30 anos, desde que tenham ganho uma medalha pelo Ministério da Cultura".

CONCLUSÕES

O serviço militar obrigatório na Coreia do Sul tem sido um entrave à diplomacia cultural do país, pois tem limitado as oportunidades de carreira dos jovens homens, incluindo artistas de K-pop, que são uma das principais ferramentas de divulgação da cultura coreana no exterior. O caso do BTS é um exemplo emblemático dessa situação. O grupo é um dos principais responsáveis pela popularização do K-pop no mundo, contribuindo para um aumento significativo da visibilidade da Coreia do Sul no exterior. No entanto, os membros do BTS tiveram que interromper suas carreiras para cumprir o serviço militar obrigatório, o que causou um impacto negativo na imagem do país e na economia da indústria cultural coreana.

A aprovação de uma lei que permite que artistas de K-pop reconhecidos mundialmente adiem o serviço militar obrigatório até os 30 anos foi uma medida positiva para a diplomacia cultural da Coreia do Sul. No entanto, essa lei ainda é controversa, pois muitos acreditam que ela é uma forma de privilégio para os artistas de K-pop. A longo prazo, a Coreia do Sul precisará encontrar uma solução para o serviço militar obrigatório que seja mais equilibrada e que não prejudique o desenvolvimento da sua diplomacia cultural.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Professora Rosalina Tavares, por ter abraçado este projeto com ideias, para realização do mesmo.

ISSN: 2447-6161

REFERÊNCIAS

ARARIPE, Paula B. Lei Goo Hara e Lei BTS aprovadas. Revista Koreain, 2020. Disponível em: https://revistakoreain.com.br/2020/12/lei-goo-hara-e-lei-bts-aprovadas-conheca-outras-leis-com-nome-de-idols/. Acesso em: 03 outubro 2023.

BIJOS, L.; ARRUDA, V. A diplomacia cultural como instrumento de política externa brasileira. Revista Diálogos, Brasília, v.13, n.1, ago, 2010.

BOULHOSA, Tatiana Machado; SANTOS, Guilherme William Udo. De idol a soldado e de soldado a idol: como a Coreia do Sul transformou o serviço de Park Chanyeol em um evento cultural. In: NETTO, Miguel Rodrigues. Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais 3.PR: Atena, 2022, pg. 14-32.

GENTIL, Dominique Ribeiro. Diplomacia cultural sul-coreana: uma reflexão sobre o papel do kofice e sua atuação com as mídias brasileiras. 2017. Tese de bacharelado. dspace.unila.edu.br https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/3461.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Laura Oliveira. Diplomacia Cultural: A influência do hallyu através do reconhecimento mundial do BTS. Revista do CEAM, Brasília, p. 100 - 117, 2023. Disponível em: https://periodicos.unb.br./index.php/revistadoceam/article/view/4642. Acesso em: 03 outubro 2023.

NOVAIS, Bruno do Vale. O que é diplomacia cultural? Revista Interação, vol. 11, no 2, 2020, p. 59–70. Disponível em: https://doi.org/10.5902/2357797547497 . Acesso em: 26 setembro 2023.´

SILVA, Flávia Cristina Oliveira da; SOUZA, Fernanda Oliveira de. K-pop e os Estados Unidos: o impacto da diplomacia cultural sul-coreana. Repositório Universitário da Anima. 08 dez. 2022. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/28019. Acesso em: 30 setembro 2023.

ISSN: 2447-6161