

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS**

**Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado
na criação multiplataforma do BTS Universe**

Relatório final - Iniciação científica

Processo: 2019/23725-7

Período de vigência do projeto: 01/06/2020 a 30/06/2021

Período coberto pelo relatório científico em questão: 01/11/2020 a 30/06/2021

Karen Naomi Aisawa

Aluna: Karen Naomi Aisawa
(5º ano, Bacharelado em Linguística, UFSCar)

Luciana Salazar Salgado

Orientadora: Profª. Dra. Luciana Salazar Salgado
Departamento de Letras

São Carlos - SP

2021

Lista de quadros

Quadro 1 - As Eras do BTS (em cinza, as Eras que compõem o BTS Universe)	19
Quadro 2 - Materiais do BTS Universe na Era Youth	24
Quadro 3 - Materiais do BTS Universe na Era Wings	26
Quadro 4 - Materiais do BTS Universe na Era Love Yourself	29
Quadro 5 - Materiais do BTS Universe na Era Map of the Soul	35

Lista de figuras

Figura 1 - Co-dependência entre mídiun e mundo ético	21
Figura 2 - Diagrama do ethos efetivo	22
Figura 3 - Imagens dos materiais do BTS Universe na Era Youth	24
Figura 4 - Imagens dos materiais do BTS Universe na Era Wings	26
Figuras 5 e 6 - Imagens dos materiais do BTS Universe na Era Love Yourself	28
Figura 7 - Imagens dos materiais do BTS Universe na Era Map of the Soul	35
Figura 8 - Captura de tela do blog Smeraldo Flower Shop, referente ao dia 15 out. 2020	44
Figura 9 - Linha do tempo das postagens no blog Smeraldo Flower Shop até o ano de 2020	47
Figura 10 - Captura de tela da seção de livros da loja Big Hit Shop	52
Figura 11 - Capas das obras Map of the Soul lançadas por Murray Stein em 2020	54
Figura 12 - Espaço associado de Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, em 12 de abril de 2019	54
Figura 13 - Espaço associado de Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, em 16 de abril de 2019	55
Figura 14 - Espaço associado de Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, em 1 de maio de 2020	56
Figura 15 - Comparação das capas de Map of the Soul - Persona: Our many faces e Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS	58
Figura 16 - Capa de Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS nos padrões da coleção Map of the Soul	58
Figura 17 - Publicação da prévia de Map of the soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS	59
Figura 18 - Captura de tela da chamada para o concurso de capas	60

Figura 19 - Captura de tela da chamada para o concurso de capas no Twitter	61
Figura 20 - Captura de tela da segunda chamada para o concurso de capas no Twitter	62
Figura 21 - Captura de tela do tuíte com a nova capa	64
Figura 22 - Comparação das duas versões da capa de Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS	64
Figura 23 - Espaço associado de Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, em 15 de maio de 2020	67
Figura 24 - Captura de tela da página inicial do blog Cidade KPOP, em 13 abr. 2021	70
Figura 25 - Captura de tela da Teoria Peter Pan no blog Cidade KPOP	73
Figura 26 - Captura de tela da Teoria Peter Pan no blog The World Is What You Feel	74
Figura 27 - Captura de tela da Teoria Você precisa viver no site allkpop	77
Figura 28 - Captura de tela da Teoria Você precisa viver no site Bangtan Brasil	77
Figura 29 - Captura de tela do blog La Gazette de kpop	79
Figura 30 - Constituição do espaço associado do BTS Universe	83

Sumário

Resumo do relatório parcial	6
Resumo do relatório final	8
Realizações no período	10
Descrição e avaliação do apoio institucional recebido no período	12
Introdução	13
O BTS Universe	18
Era Youth	23
Era Wings	25
Era Love Yourself	28
Era Map of the Soul	34
Resultados	43
Blog Smeraldo Flower Shop, La città di Smeraldo e Demian	43
Epiphany, Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, e coleção Map of the Soul	49
Teorias formuladas por fãs	68
Considerações finais	85
Participação em evento científico	87
Lista das publicações resultantes do auxílio no período a que se refere o Relatório Científico e cópia das primeiras páginas	90
Lista dos trabalhos preparados ou submetidos (e ainda não aceitos, pois os aceitos devem estar listados no item 10) para publicação, acompanhada de cópias destes trabalhos.	93
Materiais analisados	94
Referências	94
ANEXO A - Certificado de apresentação nos Seminários Comunica 2020	96
ANEXO B - Certificado do curso de Produção Editorial de Livros	97
ANEXO C - Certificado de monitoria na I SeL	98
ANEXO D - Certificado de Comunicações orais: Ensino, na I SeL	99
ANEXO E - Certificado de Linguística Popular/Folk Linguistics saberes linguísticos de meia tigela?, na I SeL	100
ANEXO F - Certificado de A voz do povo uma longa história de discriminações, na I SeL	101
ANEXO G - Certificado de Meme tem sentido? Reflexões semióticas sobre os memes, na I SeL	102

ANEXO H - Certificado de Linguística, divulgação científica e popularização da ciência, na I SeL	103
ANEXO I - Certificado de Mesa de egressos, na I SeL	104
ANEXO J - Certificado de Senta lá que vem história: trajetórias, experiências e desafios no ensino de PLE, na I SeL	105
ANEXO K - Certificado de apresentação na I SeL	106
ANEXO L - Certificado de Plataformização da cultura #10	107
ANEXO M - Certificado de apresentação no Seminário Paratópicos	108
ANEXO N - Certificado de ouvinte do Seminário Paratópicos	109
ANEXO O - Certificado de ouvinte da live Quero revisar. Por onde começar?	110
ANEXO P - Certificado da oficina de Práticas transmídia, no I SOL	111
ANEXO Q - Certificado do Intercenas 2021	112
ANEXO R - Certificado da conferência Injunções e apagamentos na comunicação científica	113
ANEXO S - Carta de aceite do painel, no 68º Seminário do GEL	114

Resumo do relatório parcial

O grupo de pop sul-coreano Bangtan Sonyeondan (BTS) deu início, a partir de 29 de abril de 2015, ao lançamento, nas mais diversas plataformas, sejam elas digitais ou não, de uma série de clipes musicais, curtas, webtoon (quadrinho digital online de origem coreana), livro, *concept book*, *blogposts*, entre outros materiais, a fim de compor a história conhecida como Bangtan Universe (BU), ou BTS Universe, aqui tomado como uma *narrativa transmídia* (JENKINS, 2015), isto é, uma espécie de narrativa quebra-cabeça, cujas peças, partes fragmentadas da narrativa, são produzidas de modo a circular em plataformas diversas e assumir gêneros discursivos também diversos, que não se completam senão pela ação dos fãs, a quem cabe a coleta, a leitura e a interpretação desses fragmentos da história espalhados pelas diversas plataformas, resultando, por fim, em teorias sobre o universo como um todo, que podem ou não ser publicadas sob a forma de comentários e/ou vídeos nas mais diversas redes sociais. Trata-se, assim, de um objeto editorial típico do atual período, fruto da cultura participativa dos fandoms.

Com mais de 5 anos de duração e ainda em andamento, o BTS Universe conta com algumas dezenas de materiais lançados, a maioria em ambiente digital e, mais especificamente, on-line. A opção por este termo não é aleatória e advém da diferença — crucial para nós — entre *digital* e *on-line*: enquanto o primeiro designa materiais pensados para o ambiente digital e relativamente estabilizados, o segundo designa materiais hospedados no ambiente virtual e, portanto, passíveis de serem excluídos, indisponibilizados, alterados de acordo com a vontade do autor e/ou mesmo da qualidade dos serviços de hospedagem, tornando-os extremamente instáveis. Entretanto, essa instabilidade, a priori negativa, pode ser explorada como um novo recurso para a criação da narrativa, como acontece, por exemplo, com alguns dos elementos que compõem nosso objeto, modificados após sua publicação de modo a simular uma mudança nos eventos provocada pelas viagens temporais do protagonista.

Além disso, o grupo também referencia, se embasa e, por vezes, até mesmo incorpora em sua narrativa obras de terceiros, que fogem à autoria do grupo ou da empresa, como, por exemplo, as obras *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: o Mapa da Alma: uma introdução*, de Murray Stein, o conto italiano *La città di Smeraldo*, entre outros, sem mencionar as diversas teorias formuladas pelos fãs, que também compõem a narrativa transmídia.

Considerando o cenário apresentado, havíamos traçado como objetivos para esta pesquisa, de modo geral, estudar o objeto editorial BTS Universe como uma obra típica do

período técnico-científico informacional e, mais especificamente, i) examinar as relações idiossincráticas de um objeto editorial de base digital que se apoia na existência de um grupo que se apresenta presencialmente também, procurando depreender generalizações que permitam estudar objetos semelhantes; ii) contribuir para os estudos que relacionam mídiuns e mundos éticos, e assim possibilitam precisar a noção de comunidade discursiva, convocada com muita frequência nos trabalhos que estudam a circulação dos discursos; iii) explorar as relações entre espaço canônico e espaço associado que permitem, de uma perspectiva discursiva, refletir sobre a noção de *obra*, cara a diversos campos de saber e iv) ampliar o escopo do estudo de fenômenos culturais do *star system* ao abordá-los de uma perspectiva dos estudos da linguagem. Entretanto, no decorrer da pesquisa, os objetivos específicos foram refinados e reduzidos a apenas três: i) estudar o funcionamento da cultura de fãs e seu papel de co-enunciação desempenhado para a constituição de uma narrativa transmídia; ii) estudar como se dá a relação entre *espaço canônico* e *espaço associado* nesse tipo de objeto editorial segmentado e iii) contribuir para os estudos que relacionam *mídiuns* e *mundos éticos*, e assim possibilitam precisar a noção de *comunidade discursiva*, convocada com muita frequência nos trabalhos que estudam a circulação dos discursos.

Do mesmo modo, percebemos ao longo da pesquisa quão irrealista era nossa proposta de analisar, mesmo que brevemente, todos os materiais oficiais que compõem a narrativa, seja pelo prazo de tempo, seja pelo grande volume de materiais disponíveis, que, mesmo após mais de 5 anos, não mostra sinais de chegar a um final tão cedo. Assim sendo, limitar-nos-emos à análise de alguns materiais específicos, que apresentaram resultados e/ou mesmo reflexões interessantes. Para tanto, embasamo-nos nos fundamentos da Análise do Discurso de linha francesa, em especial nos estudos de Maingueneau (2006, 2008b) acerca do espaço canônico e espaço associado, e também a noção de mundos éticos (MAINGUENEAU, 2008a), aliada ao conceito de mídiun de Debray (2000a e b).

Resumo do relatório final

Esta pesquisa tem como objetivo estudar as relações entre *espaço canônico* e *espaço associado* no objeto editorial BTS Universe, uma narrativa fictícia seriada que figura sob a autoria do grupo de pop sul-coreano BTS juntamente com a empresa que o gerencia, a Big Hit Music.

Em andamento desde 2015, o enredo se constitui por uma série de materiais de diferentes gêneros discursivos e espalhados em diferentes plataformas (sejam elas on-line ou não), caracterizando o que nós tomamos como uma *narrativa transmídia* (JENKINS, 2015), isto é, uma narrativa multiplataforma de caráter expandido, disperso, e que enseja engajamento de uma ampla comunidade produtora de conteúdos derivados que se incorporam à trama, complexificando-a.

Tais objetos constitutivos da narrativa circulam em plataformas variadas, como o YouTube e o Twitter, por exemplo, e constituem fragmentos da história completa, que só pode ser vislumbrada em sua totalidade a partir de uma relação de co-enunciação com o “leitor”, isto é, com o fandom ARMY, responsável pela efetiva coleta e (re)organização desses fragmentos, processo que é formalizado e levado a público por meio da produção de objetos editoriais derivados que assumem gêneros discursivos diversos e circulam em plataformas também diversas, como vídeos no YouTube, comentários em redes sociais, textos em blogs, etc. Além disso, o BU também incorpora em sua narrativa elementos e referências a obras que fogem à sua autoria, como a obra *Demian*, de Hermann Hesse, que inspirou a criação de uma das Eras da história.

Considerando o cenário esboçado, procuramos entender com esta pesquisa como se dá a constituição do espaço canônico e do espaço associado desse objeto tão plural, que põe em questão a noção de *obra*, crucial a diversos campos do saber, dado que, como veremos ao longo da pesquisa, uma obra não é apenas o trabalho intelectual de um autor, mas é também a técnica, a materialidade inscricional e, principalmente, o reconhecimento por uma rede de aparelhos de um campo discursivo.

Para além disso, outras questões de fundo norteiam a realização desta pesquisa, como a reflexão sobre a constituição de espaços associados diferentes para os fãs de diferentes idiomas, ou mesmo a observação da criação de espaços associados que criam espaços canônicos, entre outras.

Assim, mobilizamos para este trabalho o quadro teórico-metodológico proposto por Maingueneau (2006), aliado aos fundamentos da midiologia pensada por Debray (1991;

2000), para estudar dois materiais de autoria do grupo/empresa, três obras de autoria de terceiros, referenciadas menos ou mais diretamente na narrativa, e quatro teorias de autoria dos fãs, visando à análise de materiais de cada uma das autorias constitutivas desta narrativa transmídia.

Objetivamos com isso, de modo geral, estudar o objeto editorial BTS Universe como uma obra típica do período técnico-científico informacional e, mais especificamente, i) estudar o funcionamento da cultura de fãs e seu papel de co-enunciação desempenhado para a constituição de uma narrativa transmídia; ii) estudar como se dá a relação entre *espaço canônico* e *espaço associado* nesse tipo de objeto editorial segmentado e iii) contribuir para os estudos que relacionam *mídiuns* e *mundos éticos*, e assim possibilitam precisar a noção de *comunidade discursiva*, convocada com muita frequência nos trabalhos que estudam a circulação dos discursos.

Realizações no período

No período coberto por este relatório, equivalente a oito meses de pesquisa (de 01/11/2020 a 30/06/2021), dedicamo-nos às seguintes atividades:

- Coleta e constituição do corpúsculo de análise;
- Leitura da bibliografia: artigos, livros, capítulos de livros, dissertações de mestrado e trabalhos de conclusão de curso sobre estudos de mídiuim, discurso literário, mercado editorial, narrativa transmídia, estudos de fandom, literatura digital e análise do discurso, prática constante durante a pesquisa;
- Aprofundamento das análises dos materiais coletados e das plataformas nas quais circulam;
- Participação nos encontros mensais do Grupo de Pesquisa Comunica - inscrições linguísticas na comunicação (UFSCar, CEFET-MG/CNPq);
- Discussões, leituras e consultas a pesquisas acadêmicas sobre o BTS no Brasil por meio do site e das redes sociais do grupo B-Armys Acadêmicas, grupo de ARMYs (fãs do BTS) que pesquisam o BTS, sua empresa e/ou a *Hallyu* (Onda Coreana) a nível acadêmico;
- Atuação voluntária como revisora de textos para o B-Armys Acadêmicas, atividade que possibilitou o contato com análises conduzidas a partir de diversas perspectivas teóricas fora da linguística;
- Atuação voluntária como revisora de textos para a EdUFSCar, atividade que contribuiu para a formação da bolsista;
- Participação em lives, bate-papos, eventos, oficinas e minicursos sobre assuntos diversos na modalidade ouvinte (ver “Participação em evento científico”);
- Participação em eventos nas modalidades apresentação de comunicação oral e apresentação de pôster/vídeo (ver “Participação em evento científico”);
- Participação nas disciplinas obrigatórias do 8º período do curso de Bacharelado em Linguística, a saber: 62880 - TCC 2 - Trabalho de conclusão de curso 2 e 62847 - Estágio curricular 2;
- Participação em defesas de Trabalho de Conclusão de Curso (ver “Participação em evento científico”);
- Participação em defesa de Tese de Doutorado (ver “Participação em evento científico”);

- Participação na disciplina optativa do curso de Bacharelado em Linguística, a saber: 60348 - Discurso literário: criação, edição e consumo;
- Participação, na modalidade de apoio técnico, na disciplina optativa do curso de Bacharelado em Linguística, a saber: 60348 - Discurso literário: criação, edição e consumo;
- Participação nas reuniões semanais da disciplina de “TCC 2”, com discussões e reflexões compartilhadas sobre o objeto de pesquisa;
- Participação, na condição de aluna especial, na disciplina de pós-graduação “Literatura e mercado editorial”, do PPGL/PPGLit UFSCar;
- Escrita da monografia de trabalho de conclusão de curso;
- Defesa do trabalho de conclusão de curso;
- Participação nos encontros quinzenais do subgrupo do Comunica, nos quais dedicamo-nos à leitura do primeiro capítulo da obra *Transmitir: O segredo e a força das ideias*, de Régis Debray (2000);
- Participação nos encontros mensais do Comunikids, subgrupo do Comunica no qual dedicamo-nos à leitura da obra *Gênese dos discursos*, de Dominique Maingueneau (2008);
- Participação em evento promovido pelos alunos da graduação no Bacharelado em Linguística pela UFSCar, na modalidade monitora (ver “Participação em evento científico”);
- Publicação de resumo nos Anais da I SeL (ver “Lista das publicações resultantes do auxílio no período a que se refere o Relatório Científico e cópia das primeiras páginas”);
- Publicação de resumo nos Anais do 68o. Seminário do GEL (ver “Lista das publicações resultantes do auxílio no período a que se refere o Relatório Científico e cópia das primeiras páginas”).

Descrição e avaliação do apoio institucional recebido no período

Como uma pesquisa realizada no contexto da pandemia de COVID-19, acreditamos que o apoio institucional diz respeito mais à questão da oferta das disciplinas nos cursos da Universidade, bem como ao apoio técnico, monetário (no caso dos bolsistas) e alimentício oferecido aos necessitados, grupo no qual não estamos incluídas. Assim, dado o contexto, salientamos que a pesquisa foi conduzida a partir do uso de equipamentos próprios da bolsista — como tem sido nas universidades brasileiras desde o início da quarentena — e do contato permanente com a orientadora por meios remotos, através de encontros síncronos, conversas e trocas de mensagens (pelos mensageiros WhatsApp e Signal) e de e-mails.

Ademais, devido à impossibilidade de acesso a locais como a biblioteca comunitária da UFSCar e/ou a sala do Grupo de Pesquisa Comunica e, conseqüentemente, aos livros que lá se encontram, a pesquisa foi conduzida, em sua maioria, a partir da leitura de trabalhos de pesquisadores do GP que leram os autores de nosso interesse. Dado esse cenário, nossa bibliografia constitui-se, majoritariamente, por textos hospedados em ambientes digitais de livre acesso.

Enfim, de modo geral, pode-se dizer que a burocracia envolvendo a Universidade tem funcionado bem, com expedientes digitais específicos para o período de emergência sanitária e suporte da coordenação do curso e outras instâncias da UFSCar.

Introdução

Contrariando a estrutura textual e o estilo de escrita mais precisa e objetiva exigida por este gênero de produção acadêmica, resolvemos começar este relatório com uma reprodução quase que integral da introdução da monografia de Trabalho de Conclusão de Curso da bolsista, intitulada *BTS Universe: um estudo do espaço associado em uma narrativa transmídia*, que resulta da pesquisa aqui relatada e financiada. Essa decisão se deu não apenas pelo caráter resumitivo daquela introdução, mas também pela evidenciação das relações estabelecidas pela bolsista ao longo da pesquisa — que confluíram na produção de uma monografia extensa (com 142 páginas) e com um sólido arcabouço teórico —, e do gerenciamento da tênue posição assumida por ela durante a condução das análises e a escrita do trabalho: a posição que Henry Jenkins (entre outros pesquisadores) denomina “aca-fan”, isto é, um acadêmico que é também um fã, o que implica uma consciência e um monitoramento constantes voltados à demarcação do limite entre o fanatismo e o acadêmico, de modo que o primeiro não interfira no rigor do segundo. Justificado nosso movimento subversivo, segue o texto que, devido à sua extensão, optamos por não submeter ao recuo de quatro centímetros previsto pela ABNT:

“Bem vindo(a), é sua primeira vez com o BTS?”.

Foi com essa fala que fui recebida ao clipe da canção *Dope*, do grupo de pop sul-coreano Bangtan Sonyeondan (BTS), em meados de julho de 2015. A partir de então, fui lentamente introduzida ao mundo do K-pop (gênero de música popular sul-coreana) e da *Hallyu* (Onda Coreana), que — nunca imaginaria — me concederiam material para o desenvolvimento de uma pesquisa de iniciação científica e, conseqüentemente, para a escrita desta monografia.

Mas antes de prosseguir, sinto que devo esclarecer o fato de que, contrariando o modelo mais prototípico de escrita acadêmica, permito-me escrever esta introdução na primeira pessoa do singular. Embora seja verdade que prefiro escrever no plural, enfatizando a participação direta ou indireta de outros nesta minha pesquisa, creio que, dadas as conjunturas atuais do mundo, uma escrita mais íntima e calorosa seja preferível nestes tempos de distanciamento social e emocional.

Para aqueles que lerão este trabalho futuramente, localizo-os: 2020, ano em que escrevi a maior parte desta monografia, foi um período especialmente atípico, pois foi o ano em que a pandemia de COVID-19 estourou mundo afora. Conseqüentemente,

estabelecimentos foram afetados, medidas protetivas foram instauradas, trabalhos foram transferidos para ambiente domiciliar, aulas foram suspensas, bolsas foram cortadas...

E neste cenário em que se agravaram os ataques às universidades — que já vinham acontecendo — é até inacreditável que as pesquisas científicas ainda estejam de pé. Neste ano de imprevistos, cujo acesso público às bibliotecas e a outros acervos essenciais para a democratização do conhecimento foi fechado, tivemos de nos desdobrar para encontrar bibliografia de base em meios digitais e nos contentar com o contato teórico mediado pela leitura de pesquisadores que leram o texto original. Deste modo, é relevante destacar aqui que esta pesquisa, bem como a pesquisa de iniciação científica de que este trabalho resulta (FAPESP processo nº 2019/23725-7), foi desenvolvida majoritariamente com base na leitura de trabalhos de pesquisadores do Grupo de Pesquisa Comunica - inscrições linguísticas na comunicação (UFSCar, CEFET-MG/CNPq) que já tiveram contato com as teorias-fonte e trabalham neste marco teórico há 10 anos, em sucessivos Projetos de Pesquisa coletivos, atuando como mediadores de nosso processo de aprofundamento teórico.

Assim, é relevante destacar o fato de a pesquisa ter sido conduzida quase totalmente com base em bibliografia disponível digitalmente e que as reflexões reunidas nesta monografia provêm de discussões levantadas durante a Atividade Curricular de Integração Ensino, Pesquisa e Extensão (ACIEPE) “Cultura híbrida e Literatura digital”¹ e os encontros semanais das disciplinas de TCC1 e TCC2 — estas últimas, realizadas com a professora orientadora e outros de seus orientandos (de TCC e de IC) —, bem como das escritas semanais propostas nas disciplinas “Literatura e mercado editorial”² e “Discurso literário: criação, edição e consumo”³ e publicadas na plataforma Medium⁴.

Além disso, devo destacar também neste período a importância das conversas com integrantes do grupo B-Armys Acadêmicas (BAA), de que passei a fazer parte em julho de 2020. A importância de evidenciar esse contato deve-se ao fato de o BAA ser um grupo de ARMYs (nome do fandom do BTS) que estudam o BTS e, mais amplamente, a Coreia e sua cultura, a níveis acadêmicos. Como uma das revisoras do grupo — que reúne um grande número de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento e que se dedicam à produção de textos-análise para compor o site —, tive o privilégio de tomar contato com textos de áreas diversas, o que me proporcionou ver o meu objeto e seus criadores (BTS e Big Hit Music) sob

¹ Ministrada por Luciana Salazar Salgado e Rejane Cristina Rocha no período de 6 de maio de 2020 a 24 de junho de 2020.

² Ministrada por Luciana Salazar Salgado e Haroldo Ceravolo Sereza no período de 2 de setembro de 2020 a 25 de novembro de 2020.

³ Ministrada por Luciana Salazar Salgado no período de 9 de novembro de 2020 a 11 de janeiro de 2021.

⁴ Disponível em: <https://naomiaisawa.medium.com/>. Acesso em: 14 abr. 2021.

outras lentes, outras teorias, contribuindo fortemente para a expansão dos dados apresentados nesta monografia.

Dito isso, voltemos à apresentação do meu objeto de pesquisa: como eu dizia, nunca imaginaria que o contato que tive com um grupo de ídolos sul-coreanos em 2015 resultaria em uma pesquisa tão proveitosa apenas alguns anos mais tarde. Há uma espécie de provérbio popular no fandom do BTS que diz que esses garotos entram em nossas vidas no tempo certo, e acho que é verdade pois, pensando agora, eu diria que 2015 foi a época perfeita para eu conhecê-los, visto tratar-se justamente do ano que marcou o início do que mais tarde seria nomeado como *Bangtan Universe*⁵ (ou *BTS Universe*, como é mais conhecido internacionalmente), o objeto de estudo desta pesquisa.

Trata-se de uma narrativa fictícia interpretada e protagonizada pelos sete membros do grupo, a saber, RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), SUGA (Min Yoongi), j-hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) e Jung Kook (Jeon Jungkook). A narrativa, que teve início em 29 de abril de 2015 com o lançamento do clipe musical de *I Need U*, era contada, em um primeiro momento, por meio de clipes musicais e curta-metragens publicados no YouTube, cada um deles contendo fragmentos da história apresentados de modo não-linear. Entretanto, a partir de 29 de junho de 2017, data do lançamento do livro *BTS WINGS Concept Book*, o grupo expandiu os horizontes da história para além do YouTube, contando com materiais impressos, como livros, cadernos e *graphic lyrics*, e digitais, como pôsteres, notas, webtoon, *blogposts*, jogo, entre outros, espalhados em diversas plataformas, tais como o Twitter, o Instagram, o Naver Blog e o Naver Webtoon.

O *BTS Universe* se caracteriza, então, como o que Henry Jenkins (2015) chama de *storytelling transmídia* ou *narrativa transmídia*, isto é, uma narrativa multiplataforma de caráter expandido, disperso, e que enseja engajamento de uma ampla comunidade produtora de conteúdos derivados que se incorporam à trama, complexificando-a. Em outras palavras, é uma “narrativa multiplataforma de caráter expandido” pois é constituída a partir da mobilização de diversas plataformas, e é disperso pois a história narrada é fragmentada e espalhada por essas diversas plataformas. Por isso o engajamento dos fãs é essencial, pois são eles que coletam os fragmentos e os reorganizam a fim de obter a história completa. Essa reconstituição, por sua vez, é resultado da interação do fandom, que produz diversas teorias

⁵ Pela demasiada menção a esta obra e por não ser considerada uma obra bibliográfica típica — e, portanto, não se enquadra nas regras da ABNT para destaque de nomes de obras —, optamos por não destacar suas ocorrências com o itálico nesta monografia.

sobre a trama, teorias essas que se modificam, se refazem, se aprimoram e se complexificam a partir desse diálogo uns com os outros.

Mas além dessa numerosa e diversa quantidade de materiais de autoria do BTS e da Big Hit Music, o BTS Universe também se “apropria”, referencia e, por vezes, incorpora em sua narrativa obras de autorias diversas, como, por exemplo, *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, e o conto italiano *La città di Smeraldo*, obras que influenciaram menos ou mais diretamente na concepção de algumas fases da história. Ademais, temos também as inúmeras e mais diversas teorias sobre a história formuladas pelos fãs e publicadas em forma de vídeos, comentários, postagens em blogs ou quaisquer outras redes sociais, que são essenciais para a constituição das narrativas transmídia, como veremos ao longo deste trabalho.

Entretanto, a constatação de tal objeto tão único coloca à prova a noção de *obra* aplicada às narrativas transmídia, levando-nos a pensar: o que, afinal, constitui o *espaço canônico*, isto é, a obra tida como autoral, e o que constitui o *espaço associado*, isto é, a vida editorial e social da obra (os meios pelos quais circula, suas retomadas, o processo de sua concepção), considerando, principalmente, os diversos casos de autoria mobilizados na construção desta narrativa transmídia? Obras de autorias diversas que não são do grupo ou da empresa, como, por exemplo, *Demian*, de Hermann Hesse, tomada como inspiração direta para a constituição de uma das fases da história, e as teorias formuladas pelo fandom ARMY, desdobradas em mídias como vídeos, textos-análise, etc., são parte do espaço canônico, da obra autoral do grupo, ou são parte do espaço associado, que remete à obra autoral e gere, deste modo, a autoria do grupo e da empresa?

A fim de respondermos a essas questões, tomaremos o BTS Universe como um *objeto editorial*, definido por Salgado⁶ como “objetos técnicos que supõem uma cadeia criativa e uma cadeia produtiva, nas quais técnicas e normas são administradas por diferentes atores, com vistas à formalização material de uma síntese de valor sócio-cultural, que enseja uma circulação pública, apontando para uma autoria”. Em outras palavras, são objetos editoriais aqueles produzidos por diversos atores da *rede de aparelhos* (autores, revisores, editores, diagramadores, ilustradores, etc.) a partir de uma técnica e seguindo certas normas, objetivando a circulação pública a partir da inscrição material de uma ideia e sua interlocução com o público.

⁶ Em discussão levantada na aula do dia 28/11/2020 da disciplina “Literatura e mercado editorial”, ministrada por Luciana Salazar Salgado e oferecida pelo Departamento de Letras da UFSCar.

E convém a nós, aqui, olhar para os objetos editoriais a partir do viés midiológico de Régis Debray, isto é, do estudo das “mediações pelas quais ‘uma ideia se torna força material’” (DEBRAY, 1991, p. 14), tomando esses objetos como *mídiuns*, isto é, como “o conjunto, técnica e socialmente determinado, dos meios simbólicos de transmissão e circulação” (p. 15). Em outras palavras, trata-se de um conceito para pensar a *formalização material*, a inscrição material pela qual uma ideia é transmitida, pois a ideia não vem descolada de seu suporte, mas é moldada por ela. Nas palavras de Chartier, “não há texto fora do suporte que o dá a ler (ou a ouvir)” e “não existe a compreensão de um texto, qualquer que seja, que não dependa das formas através das quais ele atinge o seu leitor” (CHARTIER, 1998, p. 17 apud CHIEREGATTI, 2018, p. 16).

Enfim, pensar um objeto editorial como mídiun consiste em reconhecer o seu duplo corpo, admitir que se trata de um *vetor de sensibilidade* que aponta para uma *matriz de sociabilidade*, sensibilizando em uma dada direção. Dito de outro modo, todo mídiun tem uma materialidade, chamada *matéria organizada* (MO), na qual se inscrevem os discursos, e essa materialidade inscricional sempre aponta para uma *organização materializada* (OM), isto é, instituições e/ou agrupamentos que geram e gerem valores, ideias ou imaginários a serem transmitidos pelos vetores. De modo mais simplificado, podemos dizer que o mídiun é uma conjugação dos termos normalmente referidos pelos estudos linguísticos como “suporte” e “circulação”. A ideia de mídiun põe em relevo, assim, a materialidade inscricional dos discursos, pouco considerado e, por vezes, completamente ignorado nos estudos linguísticos e/ou literários, apesar de ser um fator essencial para a própria constituição dos discursos.

Dado isso, propomo-nos a analisar neste trabalho os seguintes objetos editoriais: o blog Smeraldo Flower Shop e o trailer *Epiphany*, ambos de autoria do grupo; as obras *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, e o conto italiano *La città di Smeraldo*, referenciadas menos ou mais diretamente pelo grupo; e, por fim, quatro teorias formuladas por fãs e compiladas em postagem do blog Cidade KPOP. Para tanto, baseamo-nos no quadro dos estudos de Dominique Maingueneau (2006, 2008b) sobre o discurso literário como um *discurso constituinte*, aliado aos fundamentos da midiologia pensada por Debray (2000), realizando o que denominamos de análise discursivo-midiológica.

Dada a natureza de nosso objeto de estudo, tivemos como hipótese de pesquisa a ideia de que as narrativas transmídia e suas relações de co-dependência com o fandom põem à prova a delimitação dos conceitos a princípio inquestionáveis de espaço canônico e de espaço associado. Com base nisso, tivemos como objetivo geral desta pesquisa estudar o objeto

editorial BTS Universe como uma obra típica do *período técnico-científico informacional* (SANTOS, 1996; 2000), período no qual se colocam em primeiro plano os objetos técnicos (que nunca são neutros) e no qual tudo é passível de se tornar informação (o que implica sistemas de codificações); e como objetivos específicos, estudar: i) o funcionamento da cultura de fãs e seu papel de co-enunciação desempenhado para a constituição de uma narrativa transmídia; ii) a constituição dessa narrativa de base majoritariamente digital a partir de reflexões sobre as plataformas adotadas pelo grupo/empresa; iii) como se dá a relação entre espaço canônico e espaço associado nesse tipo de objeto editorial segmentado e iv) contribuir para os estudos que relacionam *mídiuns* e *mundos éticos*, e assim, possibilitam precisar a noção de *comunidade discursiva*, convocada com muita frequência nos trabalhos que estudam a circulação dos discursos.

O BTS Universe

Apresentado o panorama geral, passaremos agora à apresentação — de modo resumido, pois já foi melhor trabalhado no relatório parcial — do nosso objeto de estudo, o BTS Universe, que, como já mencionamos, teve início em 29 de abril de 2015, com o lançamento do videoclipe *I Need U*, e ainda está em andamento 6 anos depois. Esse videoclipe trazia, de modo fragmentado e não ordenado, partes dessa narrativa que, à época, não possuía nome nem demarcação, no sentido de que o BTS, como um grupo musical cuja atuação principal envolve a criação e a produção de músicas, shows e turnês, bem como a participação em encontros com fãs, em eventos, em programas de TV, em premiações, entre outros, produz(iu) e lança(ou) os materiais específicos do BTS Universe concomitantemente aos produtos de sua carreira artística, e, na realidade, os materiais da narrativa também são produtos dessa carreira, fato que levou e ainda leva muitos fãs a se confundirem com os eventos narrados, uma vez que não sabem com certeza que materiais fazem parte ou não desse universo fictício.

Foi então que, em 2017, a empresa responsável pelo gerenciamento do BTS, a Big Hit Music (antiga Big Hit Entertainment), criou e divulgou o título e o logotipo oficiais da narrativa, nomeada como Bangtan Universe (ou BTS Universe, como é mais conhecida internacionalmente, ambos podendo ser reduzidos à sigla “BU”), e utilizou-os para demarcar o pertencimento dos materiais à história. A certificação desses objetos se deu de dois modos: a partir da inscrição “BU content certified by Big Hit Entertainment” na descrição dos vídeos no YouTube, e por meio da impressão do logotipo oficial nos materiais gráficos. Dado isso,

consideraremos para esta pesquisa apenas os materiais devidamente certificados pela Big Hit Music, a fim de evitar confusões acerca de sua natureza.

Dito isso, é importante dizer que o BTS vem trabalhando, desde o seu debut (estreia) em 13 de junho de 2013, principalmente com trilologias de álbuns, que correspondem a uma Era do grupo. São elas:

Quadro 1 - As Eras do BTS (em cinza, as Eras que compõem o BTS Universe)

Era	Álbuns	Período
Skool Trilogy	<i>2 Cool 4 Skool; O, RUL8,2? e Skool Luv Affair</i>	junho de 2013 - agosto de 2014
Youth/ HwaYangYeonHwa (HYHYH)/ The most beautiful moment in life	<i>The most beautiful moment in life pt. 1; The most beautiful moment in life pt. 2 e The most beautiful moment in life: Young Forever</i>	abril de 2015 - abril de 2016
Wings	<i>WINGS e You Never Walk Alone</i>	setembro de 2016 - junho de 2017
Love Yourself	<i>Love Yourself: Her; Love Yourself: Tear e Love Yourself: Answer + Face Yourself (álbum japonês)</i>	agosto de 2017 - março de 2019
Map of the Soul	<i>Map of the soul: Persona; Map of the Soul: 7 e Map of the soul: 7 ~ The Journey ~ (álbum japonês)</i>	abril de 2019 - dezembro de 2020 ⁷

Fonte: Autoria própria

De modo a explicitar a variedade de materiais e a consequente complexidade da composição de nosso objeto de estudo, descreveremos brevemente as Eras que compõem a narrativa. Mas para isso, mostra-se pertinente aprofundarmo-nos mais acerca do conceito de *mídiu* — crucial para o desenvolvimento desta pesquisa — formulado por Régis Debray em sua obra seminal *Curso de midialogia geral* (1991).

⁷ Referente a outubro de 2020.

Ao contrário do que sugere a tradução brasileira, a *midialogia* não se limita a um estudo acerca das mídias, mas das “mediações pelas quais ‘uma ideia se torna força material’, mediações de que nossos ‘meios de comunicação de massa’ são apenas um prolongamento particular, tardio e invasor” (DEBRAY, 1991, p. 14). Deste modo, a midialogia se pretende uma disciplina que toma por objeto de estudo o *mídium*, ou *mídi*o, isto é, “o conjunto, técnica e socialmente determinado, dos meios simbólicos de transmissão e circulação” (p. 15). Assim, como já dissemos, é *mídium* todo objeto tecnicamente produzido que atua como um *vetor de sensibilidade* (ou *matéria organizada* - MO), isto é, como objetos e seres que transmitem, e que sustenta uma *matriz de sociabilidade* (ou *organização materializada* - OM), isto é, as instituições e agrupamentos que geram e gerem valores, ideias e imaginários a serem transmitidos pelos vetores, e é por ela sustentada, efetivando a *transmissão* tal qual entendida por Debray:

Transmitir é, por um lado, *informar o inorgânico* fabricando estoques identificáveis de memória, por meio de determinadas técnicas de inscrição, contagem, estocagem e colocação em circulação dos vestígios; e, por outro, *organizar o socius* sob forma de organismos coletivos, dispositivos de anti-ruído, totalidades persistentes e transcendentes a seus membros, reproduzindo-se a si mesmas sob certas condições e com custos específicos cada vez mais elevados, como esses seres vivos não biológicos que são, por diferentes motivos, uma escola de pensamento, uma Ordem religiosa, uma Igreja, um partido, uma academia. Sem essa OM – bolsão de neguentropia, enclave da ordem trabalhado com meios técnicos e grande esforço na desordem circundante, micromeio constituído com grande dificuldade, forma quase substancial extraída de um meio ambiente mais ou menos amorfo –, a pura e simples translação de MO, através do espaço e do tempo, avançaria para a entropia máxima (interferências, perdas na linha, fossilização, repetição, extinção). Fazer uma cadeia de sentido obriga, para impedi-la de se desfazer, a refazê-la incessantemente com a ajuda de elos vivos [...]. Em suma, se não há transmissão cultural sem técnica, também não há transmissão puramente técnica (2000, p. 25, itálicos originais).

Deste modo, para o autor, “O ato comunicacional seria, assim, o ato de transportar uma informação no espaço, enquanto a transmissão seria o ato de transportar uma informação no tempo” (DEBRAY, 2007, p.1 apud PINTO, 2018, p. 58).

O *mídium* possui, assim, um duplo corpo que pode ser definido como uma conjugação dos termos normalmente referidos pelos estudos linguísticos como “suporte” e “circulação”. Assim, os objetos técnicos participam da produção dos sentidos na medida em que implicam inscrição material de uma ideia e sua difusão:

A “coisa a ser comunicada” não existe antes e independente daquele que a comunica e daquele a quem é comunicada. Emissor e receptor são modificados, interiormente, pela mensagem que trocam entre si; além disso, a própria mensagem é modificada pelo fato de circular (p. 62).

De modo semelhante, podemos dizer que o *mídiun* não existe antes e independente dos *mundos éticos* (MAINGUENEAU, 2008a), ou seja, dos estereótipos socialmente estabelecidos, das cenas validadas, “isto é, exaustivamente retomadas a ponto de definirem as linhas de força das conjunturas em que emergem os enunciados” (SALGADO; DELEGE, 2018, p. 376), uma vez que constituem o nível fundamental de conhecimento comum que sustenta a produção de determinado objeto técnico. Em outras palavras, os *mídiuns* são produzidos considerando os estereótipos do mundo no qual circularão, seus valores e práticas. Por outro lado, essa relação é de co-dependência, uma vez que os mundos éticos precisam de objetos que apontem para ele para poderem existir, como ilustrado na figura abaixo:

Figura 1 - Co-dependência entre *mídiun* e mundo ético



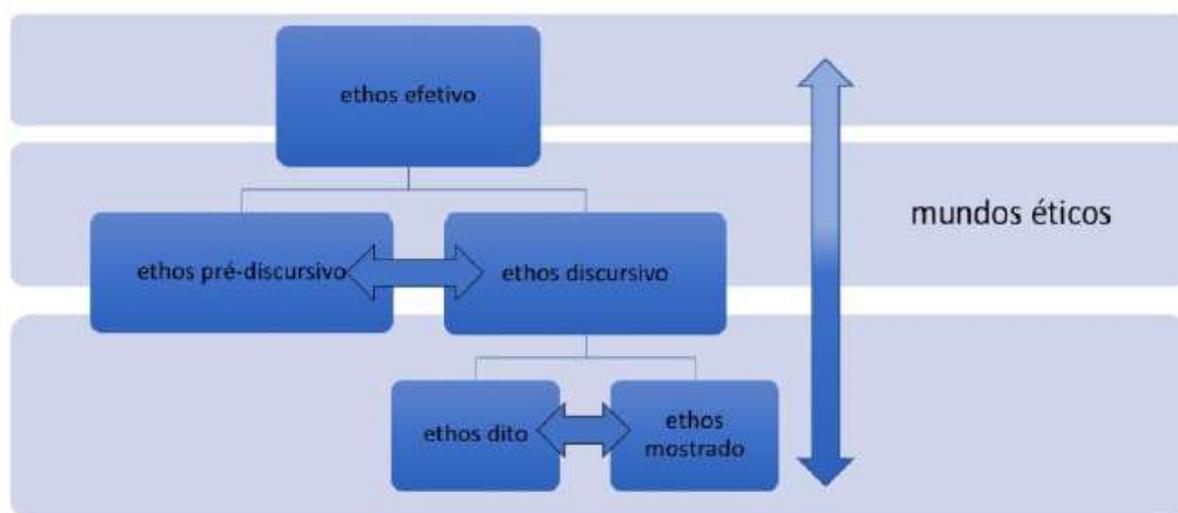
Fonte: Autoria própria.

Ademais, pensar o *mídiun* como um vetor de sensibilidade, isto é, como um objeto técnico em que se inscrevem materialmente as ideias, sensibilizando para uma dada direção, nos permite pensar a produção do *ethos discursivo*, conceito formulado por Maingueneau em seu texto seminal *A propósito do ethos* (2008a). Na ocasião, o linguista francês recuperou a noção de *ethos* da Retórica aristotélica, que diz respeito à imagem de si que é projetada no ato discursivo da fala pública, buscando convencer o auditório da credibilidade do orador. Em outras palavras, diz respeito à “ideia de que, ao falar, um locutor ativa em seus destinatários

uma certa representação de si mesmo. [...] com frequência somos tentados a recorrer a essa noção de *ethos*, dado que ela constitui uma dimensão de todo ato de enunciação” (2008a, p. 12). Entretanto, ao elencar alguns problemas dessa noção, Maingueneau destaca o fato de existir também um *ethos* do orador que é anterior ao seu próprio ato enunciativo, ao qual chamou de *ethos pré-discursivo*⁸.

Ainda no texto de 2008a, Maingueneau propõe uma relação entre diferentes categorias explicativas da construção discursiva de imagens, elaborando a noção de *ethos efetivo*, que se define em uma dinâmica de textualização conforme as relações registradas no diagrama abaixo:

Figura 2 - Diagrama do ethos efetivo



Fonte: SALGADO; DELEGE, 2018.

Assim, temos no diagrama que

o *ethos efetivo* se produz numa conjugação de aspectos de um *ethos pré-discursivo* (que reúne expectativas e projeções dos interlocutores) e um *ethos discursivo* (que se textualiza atualizando um discurso), sendo que este se compõe na dinâmica de textualização que explicita mais ou menos assumidamente traços éticos, isto é, há sempre um *ethos mostrado* na seleção dos elementos constitutivos da textualização, e pode haver um *ethos dito* nos casos em que o locutor se volta explicitamente para a apreciação desses traços “próprios”. As setas duplas indicam as dinâmicas em jogo, e todos esses componentes se assentam, como sugerem as linhas de fundo, nos estereótipos socialmente estabelecidos, nas cenas validadas, isto é, exhaustivamente

⁸ Posteriormente, em *Retorno crítico à noção de ethos*, de 2018, o autor renomeou-o como *ethos prévio*, dado o fato de que, mesmo chamado de *ethos pré-discursivo*, ele ainda era parte constituinte do discurso e não anterior a ele, como o nome sugeria.

retomadas a ponto de definirem as linhas de força das conjunturas em que emergem os enunciados: se assentam nos mundos éticos. Estes têm a ver, então, com as condições de produção de um discurso textualizado e designam fundamentalmente aspectos da ordem do sensível que participam da tessitura do material inteligível numa textualização (SALGADO; DELEGE, 2018, p. 375-376, itálicos originais).

Deste modo, podemos dizer que o ethos discursivo é uma teoria dos imaginários que não dispensa a organização argumentativa racionalizante, mas leva em conta dimensões evocadas (sugeridas) pelo arranjo textual das quais emerge a voz fiadora do texto

à qual correspondem um corpo e um caráter fabulados conforme os modos de portar-se previstos numa dada comunidade, de movimentar-se no espaço como partícipe de uma dada organização social. Essa voz, *fiadora* do que se diz num texto, garante (ou se supõe que deva garantir) a *incorporação* dos interlocutores, que aderem a um dito por meio de um modo de dizer. E aí está a força argumentativa do ethos (p. 376, itálicos originais).

Vemos, assim, como são fortemente correlacionáveis as noções de *mídiu* e de ethos discursivo, na medida em que este emerge daquele, considerando que o *mídiu*, enquanto objeto técnico em que se inscrevem materialmente as ideias, possui também uma dimensão social, uma institucionalidade produtora dessa ideia, a que Maingueneau chama *voz fiadora* do texto. Dado isso, estudar o ethos discursivo produzido pelos *mídiu*s mostra-se essencial para um aprofundamento das análises, uma vez que nos permite pensar como se produz a sensibilização das pessoas, isto é, como os vetores de sensibilidade (matéria organizada - MO) são produzidos de modo a transmitir uma certa imagem de si, um certo ethos construído pela matriz de sociabilidade (organização materializada - OM) que nela se materializa.

Com isso em mente, descreveremos brevemente a seguir todas as Eras do grupo que compõem a narrativa (até dezembro de 2020), atentando-nos também para a descrição e a análise do ethos discursivo evocado em cada uma delas:

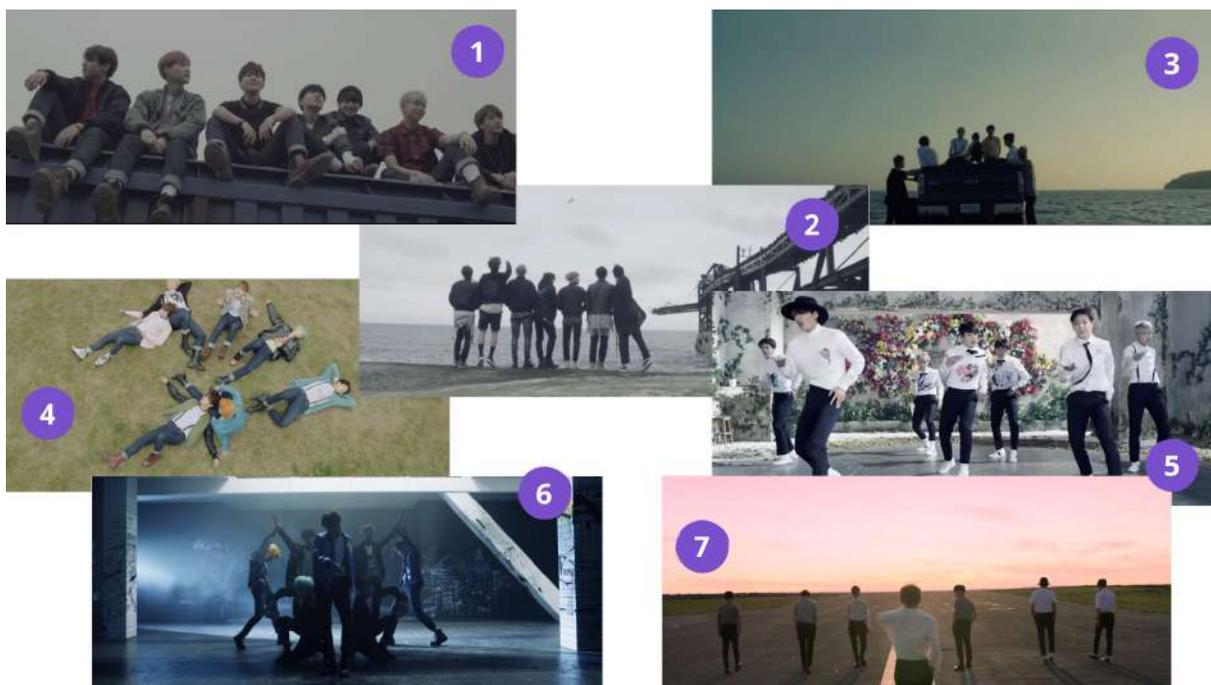
Era Youth

A *Era Youth*, também conhecida como *Era The most beautiful moment in life* ou *Trilogia Hwa Yang Yeon Hwa* (HYYH), é a primeira fase da narrativa do BTS Universe, com início em 29 de abril de 2015, na ocasião do lançamento do MV de *I Need U*, e fim em 19 de abril de 2016, com a publicação do MV de *EPILOGUE: Young Forever*⁹. Contando apenas os materiais oficiais da narrativa, esta Era é composta por 6 clipes musicais e 1 curta, todos

⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=LbvE0FV_70U e <https://www.youtube.com/watch?v=HBj4y9Zibao>. Acesso em: 7 out. 2020.

publicados na plataforma YouTube pelos canais HYBE Labels (antiga Big Hit Labels)¹⁰, 1theK (원더케이)¹¹ e BTS JAPAN OFFICIAL¹², como observável na figura e quadro a seguir:

Figura 3 - Imagens dos materiais do BTS Universe na Era Youth



Fonte: Autoria própria.

Quadro 2 - Materiais do BTS Universe na Era Youth

	Material	Gênero discursivo	Meio	Plataforma	Link de acesso
1	BTS (방탄소년단) 'I NEED U' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/DOuhvBJqKVY
2	BTS (방탄소년단) 'I NEED U' Official MV (Original ver.)	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/jjskoRh8GTE

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/ibighit>. Acesso em: 7 out. 2020.

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/LOENENT>. Acesso em: 7 out. 2020.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/user/BTSjapanofficial>. Acesso em: 7 out.. 2020.

3	BTS (방탄소년단) 화양연화 on stage: prologue	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/Bt8648TNX1M
4	BTS (방탄소년단) 'RUN' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/wKysONrSmew
5	BTS (防弾少年団) 'I NEED U (Japanese Ver.)' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/LYAcYSmaLoc
6	BTS (防弾少年団) 'RUN -Japanese Ver.-' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/a16gTN7kOWU
7	BTS (방탄소년단) 'EPILOGUE : Young Forever' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/LbvE0FV70U

Fonte: Autoria própria.

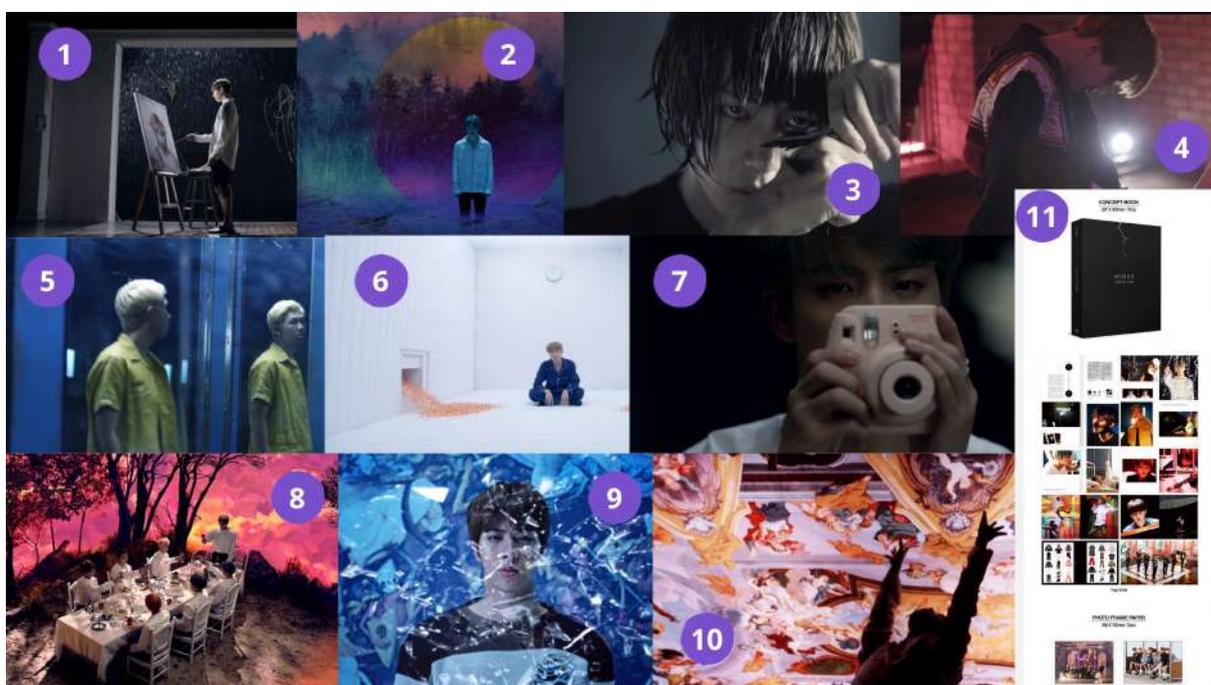
Como observável na montagem (figura 3) acima, esta Era destaca os momentos claros e obscuros da juventude, com os eventos da narrativa contados sob o ar melancólico das canções, pela paleta de cores menos saturadas, que pouco se destacam, e pelas cenas que se passam, majoritariamente, em locais mais abertos e com pouca iluminação, fazendo alusão ao ambiente externo, “da rua”. Esse conceito se mantém até mesmo nos clipes japoneses de *I Need U* e *RUN* (recortes de números 5 e 6, na figura 3), mais focados na performance da dança. Nos vídeos predominam as cores frias, como o azul e o verde, e as roupas utilizadas são mais casuais, típicas dos jovens (exceto em *I Need U (Japanese Ver.)* e em *Young Forever*, que utilizam roupas mais formais, embora simples, no estilo sport fino). Além disso, a disposição espacial do septeto é mais concentrada, com os integrantes reunidos e muito próximos, a despeito das cenas individuais. Todos esses elementos contribuem para a criação de um ethos discursivo mais melancólico, nostálgico, que condiz com o conceito de “juventude à deriva” proposto nesta Era.

Era Wings

Influenciada direta e fortemente pela obra *Demian*, de Hermann Hesse, a *Era Wings* teve início em 4 de setembro de 2016, na ocasião do lançamento do curta *Begin*, e fim em 29

de junho de 2017, com o lançamento do *BTS Wings Concept Book*.¹³ Contando apenas os materiais oficiais da narrativa, esta Era é composta por 7 curtas, 2 clipes musicais, 1 *teaser* e 1 livro, todos publicados no YouTube pelos canais HYBE Labels e Universal Music Japan¹⁴, com exceção do *concept book*, que é, ao mesmo tempo, o primeiro material fora da plataforma YouTube e o primeiro material físico a compor a narrativa — sem mencionar o fato de que é o primeiro material a carregar o logotipo oficial do BTS Universe —, como observável na figura e quadro a seguir:

Figura 4 - Imagens dos materiais do BTS Universe na *Era Wings*



Fonte: Autoria própria.

Quadro 3 - Materiais do BTS Universe na *Era Wings*

	Material	Gênero discursivo	Meio	Plataforma	Link de acesso

¹³ Um *concept book* é uma espécie de álbum de fotos que contém também entrevistas e bastidores da produção de determinado material, explicitando o conceito por trás de sua criação. No caso, o *BTS Wings Concept Book* apresenta o processo de produção do álbum Wings e das faixas que o compõem.

¹⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCI2aT0nRejTCQO_LHZAftBw. Acesso em: 7 out. 2020.

1	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #1 BEGIN	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/yR73I0z5ms0
2	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #2 LIE	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/_y8-HD5O69g
3	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #3 STIGMA	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/3i34dFsjRY4
4	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #4 FIRST LOVE	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/7VPcnJ9oJ-k
5	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #5 REFLECTION	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/wzxjM-82RW8
6	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #6 MAMA	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/wu82g0vyyTY
7	BTS (방탄소년단) WINGS Short Film #7 AWAKE	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/WYbrLIVeYk
8	BTS (방탄소년단) '피 땀 눈물 (Blood Sweat & Tears)' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/hmE9f-Teuc
9	BTS (防弾少年団) '血、汗、涙 -Japanese Ver.-' Official Teaser	Teaser	Digital	YouTube	https://youtu.be/Bbq-XZOoSYw
10	BTS (防弾少年団) '血、汗、涙 -Japanese Ver.-' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/7OX7dIRReSA
11	BTS Wings Concept Book	Livro	Físico		

Fonte: Autoria própria.

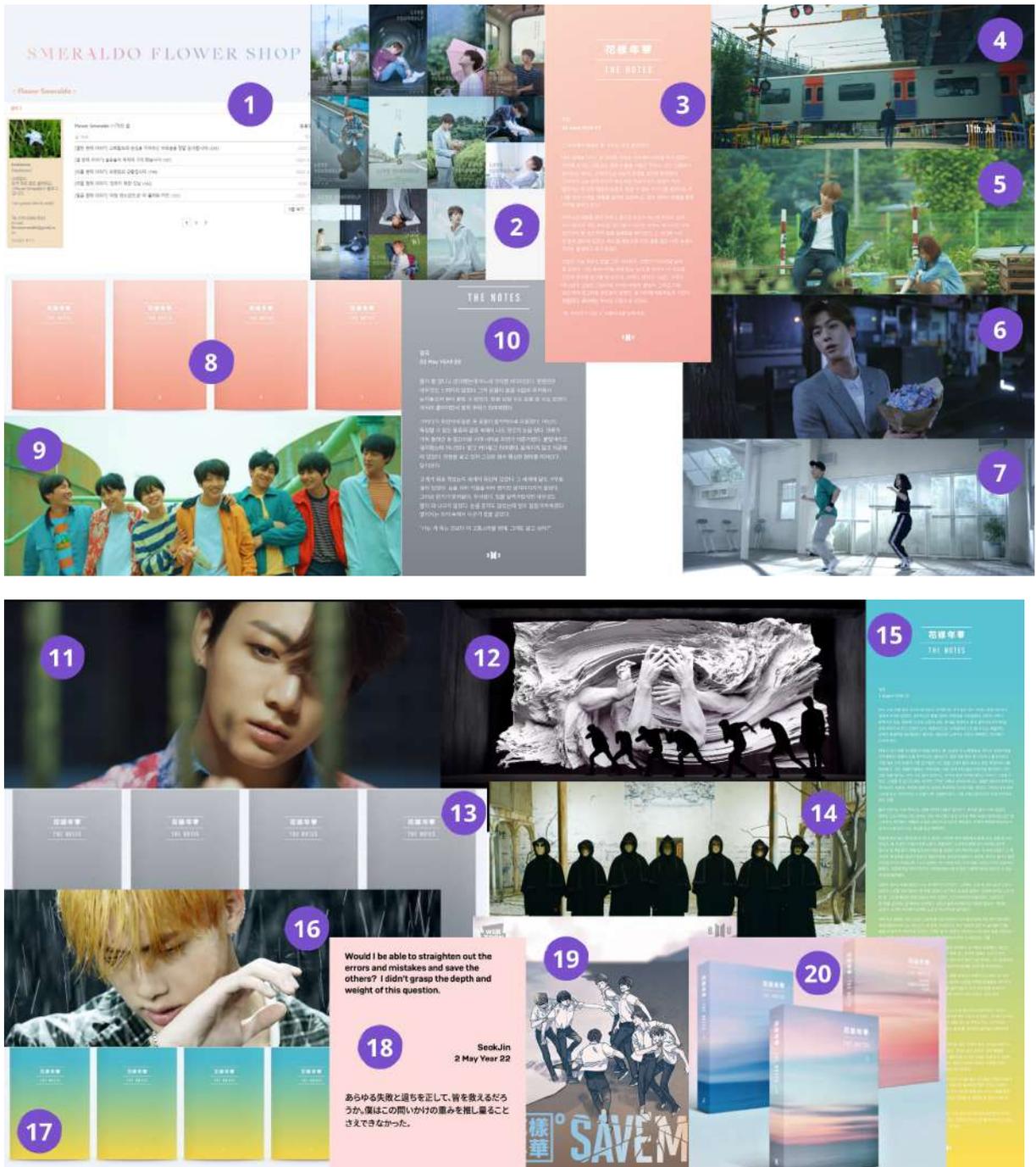
Como observável na figura 4 acima, esta Era trabalha com cores mais escuras e saturadas, com predominância de cores frias, como o azul e o violeta, e adota uma estética

psicodélica em algumas passagens dos vídeos. As roupas utilizadas são bem mais simples e casuais se comparadas às da Era anterior, com exceção do clipe de *Blood, Sweat & Tears*, no qual se destacam roupas mais requintadas. Diferente da *Era Youth*, os eventos da *Era Wings* se passam em espaços mais fechados, especialmente dentro de cômodos como quartos, salas, hospitais, celas, entre outros, e a disposição dos integrantes é mais dispersa, com predominância de cenas individuais. Tais elementos constroem, assim, o ethos mais reflexivo, introspectivo e solitário das canções, que constituem o conceito de “tentação e conflito” da Era, inspirada nas reflexões presentes no livro *Demian*, de Hermann Hesse.

Era Love Yourself

Influenciada pelo conto italiano *La città di Smeraldo*, a *Era Love Yourself*, a mais longa e diversa até então, teve início oficialmente em 11 de agosto de 2017, na ocasião do lançamento dos pôsteres promocionais da Era, e fim em 5 de março de 2019, com a publicação do livro 花樣年華 *THE NOTES 1* (em inglês, *The Most Beautiful Moment in Life: The Notes 1*). Contando apenas os materiais oficiais da narrativa, esta Era é composta por 11 pôsteres, 18 histórias curtas (*short stories*) em forma de notas de um diário, 5 curtas, 12 cadernos (*mini books*) que acompanham alguns álbuns do grupo e que contêm mais notas (*short stories*), 1 *teaser*, 2 clipes musicais, 1 *trailer*, 1 webtoon (quadrinho digital on-line de origem coreana), 1 livro e 25 *blogposts*. Com relação aos materiais digitais, as plataformas mobilizadas nesta era compreendem: Instagram, Twitter, YouTube (canal HYBE Labels), Naver Webtoon e Naver Blog, como observável nas figuras e quadro a seguir:

Figuras 5 e 6 - Imagens dos materiais do BTS Universe na *Era Love Yourself*



Fonte: Autoria própria.

Quadro 4 - Materiais do BTS Universe na *Era Love Yourself*

	Material	Gênero discursivo	Meio	Plataforma	Link de acesso
1	Smeraldo Flower Shop	Blog	Digital	Naver Blog	https://blog.naver.com/testesso

2	Pôsteres #LOVE_YOURS ELF	Pôster	Digital	Instagram e Twitter	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jung Kook https://twitter.com/BigHitEnt/status/895661021041352705 e https://www.instagram.com/p/BXnhWSdFs64/ 2. SUGA https://twitter.com/BigHitEnt/status/895947909748858880 e https://www.instagram.com/p/BXpj0s2IHDP/ 3. Jimin https://twitter.com/BigHitEnt/status/895963011260727296 e https://www.instagram.com/p/BXpqsKvFupn/ 4. RM https://twitter.com/BigHitEnt/status/895978108494331904 e https://www.instagram.com/p/BXpxjhwlcj8/ 5. V https://twitter.com/BigHitEnt/status/895993210316533760 e https://www.instagram.com/p/BXp4a-rlODv/ 6. j-hope https://twitter.com/BigHitEnt/status/896008309525708800 e https://www.instagram.com/p/BXp_STClpGz/ 7. Jin 1 https://twitter.com/BigHitEnt/status/896023410379071488 e https://www.instagram.com/p/BXqGJyMFgod/ 8. SUGA e Jung Kook https://twitter.com/BigHitEnt/status/896340498582982656 e https://www.instagram.com/p/BXsWWrpFxlC/ 9. j-hope e Jimin
---	--------------------------------	--------	---------	------------------------	---

					https://twitter.com/BigHitEnt/status/896355596554780672 e https://www.instagram.com/p/BXsdN6Ele3J/ 10. RM e V https://twitter.com/BigHitEnt/status/896370696057610241 e https://www.instagram.com/p/BXskFNlFvzd/ 11. Jin 2 https://twitter.com/BigHitEnt/status/896385804003549184 e https://www.instagram.com/p/BXsq8vUFRkD/
3	花樣年華 The Notes: SeokJin – 13 June Year 22	Nota	Digital	Instagram e Twitter	https://twitter.com/BigHitEnt/status/896748183765753856 e https://www.instagram.com/p/BXvPvh7FjZf/
4	BTS (방탄소년단) LOVE YOURSELF Highlight Reel '起'	Curta-metragem (short film)	Digital	YouTube	https://youtu.be/Oqksx-xkSg8
5	BTS (방탄소년단) LOVE YOURSELF Highlight Reel '承'	Curta-metragem (short film)	Digital	YouTube	https://youtu.be/o75Y9XWLY9M
6	BTS (방탄소년단) LOVE YOURSELF Highlight Reel '轉'	Curta-metragem (short film)	Digital	YouTube	https://youtu.be/Oj-zYDbw1Co
7	BTS (방탄소년단) LOVE YOURSELF Highlight Reel '起承轉結'	Curta-metragem (short film)	Digital	YouTube	https://youtu.be/EHdK5U2hf4o

8	Mini books do álbum Love Yourself 承 'Her'	Nota	Físico		
9	BTS (방탄소년단) 'Euphoria : Theme of LOVE YOURSELF 起 Wonder'	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/kX0vO4vIJuU
10	花樣年華 The Notes: JungKook – 22 May Year 22	Nota	Digital	Instagram e Twitter	https://twitter.com/BigHitEnt/status/992056198139559936 e https://www.instagram.com/p/BiUc0GXF4Ye/
11	BTS (방탄소년단) 'FAKE LOVE' Official Teaser 1	Teaser	Digital	YouTube	https://youtu.be/BP71K87Hp5Y
12	BTS (방탄소년단) 'FAKE LOVE' Official MV	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/7C2z4GqqS5E
13	Mini books do álbum Love Yourself 轉 'Tear'	Nota	Físico		
14	BTS (방탄소년단) 'FAKE LOVE' Official MV (Extended ver.)	Clipe musical	Digital	YouTube	https://youtu.be/D_6QmL6rExk
15	花樣年華 The Notes: Seokjin – 3 August Year 22	Nota	Digital	Instagram e Twitter	https://twitter.com/BigHitEnt/status/1026483068683444224 e https://www.instagram.com/p/BmJEVKVBCGd/
16	BTS (방탄소년단) LOVE YOURSELF 結 Answer 'Epiphany' Comeback Trailer	Trailer	Digital	YouTube	https://youtu.be/flkZOLsnoqY
17	Mini books do álbum LOVE	Nota	Físico		

	YOURSELF 結 'Answer'				
18	花樣年華 The Notes: Smeraldo Books	Nota	Digital	Twitter	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1082094646547832832 2. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1082456970416648193 3. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1082819343048568833 4. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1083181733988655105 5. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1083544126404972544 6. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1083906446100619264 7. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1084268844984676352 8. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1084631257089138688 9. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1084993611983253504 10. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1085355993502908416 11. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1085718388989554688 12. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1086080789106765825 13. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1086443147092123648 14. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1086805540301266947 15. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1087167917114839040

19	花樣年華 Pt.0 <SAVE ME> (The most beautiful moment in life pt. 0 <SAVE ME>)	Webtoon	Digital	Naver Webtoon	https://www.webtoons.com/en/drama/bts-save-me/list?title_no=1514
20	花樣年華 THE NOTES 1 (The most beautiful moment in life THE NOTES 1)	Livro	Físico		

Fonte: Autoria própria.

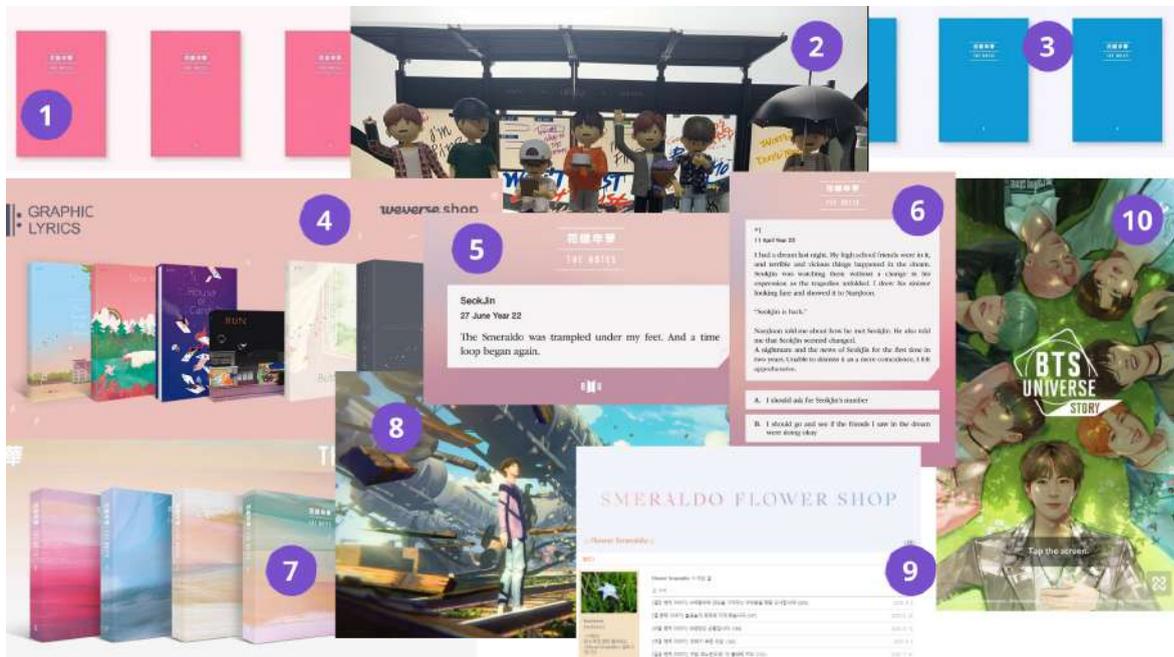
Como observável nas figuras 5 e 6 acima, predominam na *Era Love Yourself* as cores frias, como os diversos tons de azul e de verde mobilizados na concepção dos materiais. Os eventos se passam, majoritariamente, em ambientes fechados mas bem iluminados, embora haja um equilíbrio maior com as cenas em espaços abertos, que destacam os elementos da natureza (o céu, a vegetação, as nuvens, o mar...) com o uso de cores mais vibrantes, saturadas. Além disso, a disposição do septeto no espaço é mais dispersa, predominando as cenas individuais de cada um deles, que estrelam ambos, clipes e curta-metragens, trajando roupas mais casuais e cotidianas. Todos esses elementos ajudam a estabelecer o ethos discursivo do amor, que é, afinal, vivenciado e adquirido no dia a dia e tem seus lados positivos e negativos, que devem ser apreendidos para, enfim, alcançar-se o “amor-próprio”, conceito que guia a construção desta Era.

Era Map of the Soul

Influenciada pela obra *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, a *Era Map of the Soul* teve início em 28 de março de 2019, na ocasião do lançamento do *trailer Persona*, e fim em dezembro de 2020¹⁵. Contando apenas os materiais oficiais da narrativa, esta Era é composta por 8 cadernos (*mini books*), 1 *art toy* (“brinquedo de arte”, que tem por finalidade a decoração, e não a brincadeira), 5 *graphic lyrics* (livros gráficos que ilustram letras de músicas do grupo, mais especificamente, as canções *A supplementary story: You never walk alone*, *Save me*, *House of cards*, *Run* e *Butterfly*), 1 livro, 1 curta, 20 notas, 11 *blogposts* e 1 jogo. Os materiais desta Era podem ser conferidos na figura e quadro a seguir:

¹⁵ A data exata não pôde ser recuperada.

Figura 7 - Imagens dos materiais do BTS Universe na *Era Map of the Soul*



Fonte: Autoria própria.

Quadro 5 - Materiais do BTS Universe na *Era Map of the Soul*

	Material	Gênero discursivo	Meio	Plataforma	Link de acesso
1	Mini books do álbum <i>MAP OF THE SOUL: PERSONA</i>	Nota	Físico		
2	花樣年華 Art Toy (The most beautiful moment in life Art Toy)	Brinquedo decorativo	Físico		
3	Mini books do álbum <i>MAP OF THE SOUL: 7</i>	Nota	Físico		
4	함께라면 웃을 수 있다 (We Can Laugh When We're Together)	Graphic lyrics	Físico		

5	花樣年華 The Notes: Smeraldo Books 2	Nota	Digital	Twitter	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1286103840010297346 2. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1286466129351729156 3. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1286828596842000384 4. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1287190918852833280 5. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1287553320928727040 6. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1287915682554773504 7. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1288278071976456192
6	花樣年華 The Notes: Where is the MOS	Nota	Digital	Twitter	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1288640474954121219 2. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1288988154419011585 3. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1289002861104226304 4. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1289350635347828736 5. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1289365251750690816 6. https://twitter.com

					/Smeraldo_Books/status/1289712807907221504 7. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1289727685971701762 8. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290075183051444224 9. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290090066895761412 10. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290437419829993475 11. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290452456598642689 12. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290799975169789953 13. https://twitter.com/Smeraldo_Books/status/1290814788247814145
7	花樣年華 THE NOTES 2 (The most beautiful moment in life THE NOTES 2)	Livro	Físico		
8	BTS (방탄소년단) BTS Universe Story 花樣年華 'MAP OF THE SOUL'	Curta-metragem (<i>short film</i>)	Digital	YouTube	https://youtu.be/ZM5xPieY7X8 e https://youtu.be/no2QNIWK19o
9	Smeraldo Flower Shop	Blog	Digital	Naver Blog	https://blog.naver.com/tes_tesso
10	BTS Universe Story	Jogo	Digital	Android	https://play.google.com/store/apps/details?id=com.netmarble.pan&hl=en_US&gl=US

Fonte: Autoria própria.

Por fim, a *Era Map of the Soul* é muito similar à *Era Youth*, com os membros do grupo trajando roupas mais casuais e cotidianas, típicas dos jovens, e ocupando espaços mais abertos, parecendo mais próximos em termos de disposição espacial. Entretanto, ao contrário da primeira Era, esta utiliza cores mais vibrantes e saturadas, com predominância de cores frias, como o azul, o verde e o rosa, como é possível observar na figura 7. A mera mudança na saturação das cores é suficiente para trazer uma imagem mais alegre aos materiais desta Era, simbolizando positivamente os lados bons e ruins da jornada em busca do “autoconhecimento”, conceito-guia desta fase do grupo.

Como evidenciado pelos Quadros 2 a 5, o BTS Universe conta, até dezembro de 2020, com 10 clipes musicais, 14 curtas, 2 *teasers*, 3 livros, 1 *art toy*, 11 pôsteres, 38 notas, 20 *mini books*, 1 *trailer*, 1 webtoon, 1 jogo, 5 *graphic lyrics* e 36 *blogposts*, espalhados em plataformas múltiplas (Youtube, Naver Blog, Instagram, Twitter, Naver Webtoon e Android), caracterizando o que Jenkins (2015) chama de *storytelling transmídia*, ou *narrativa transmídia*, isto é, um tipo de narrativa multiplataformas caracterizada principalmente por seu universo expandido e alto grau de complexidade narrativa provenientes de seu caráter de dispersão e de serialidade. De acordo com Jenkins, Green e Ford,

Essas narrativas complexas em série agora estão se estendendo mais além do meio de televisão em websódios, histórias em quadrinhos impressas e digitais, jogos de computador e experiências de realidade alternativa, cada um deles se tornando nova fonte de receita e, além disso, abastecendo a fascinação do público (pelo menos quando essas extensões são de qualidade compatível e ascendente até aquele momento ainda imprevisível em que o mercado se torna saturado e o interesse saciado) (2014, p. 174).

E além dessa numerosa e diversa quantidade de materiais autorais listados, o BTS Universe também se “apropria”, referencia e, por vezes, incorpora em sua narrativa obras de autorias diversas, como por exemplo, *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, e o conto italiano *La città di Smeraldo*, mencionadas anteriormente como obras que influenciaram menos ou mais diretamente na concepção de algumas Eras do grupo e da história. Ademais, temos também as inúmeras e mais diversas teorias formuladas por fãs e publicadas em forma de vídeos, comentários, postagens em blogs ou quaisquer outras redes sociais, essenciais para a constituição das narrativas transmídia, como veremos mais adiante.

Toda essa variedade de materiais listados, que se realizam sob diferentes gêneros discursivos e se inscrevem em diferentes plataformas, nos fez pensar a noção de *obra* aplicada às narrativas transmídia. Pensando as noções de *espaço canônico* e de *espaço associado* (MAINGUENEAU, 2006), nós nos perguntamos: o que, afinal, constitui o espaço canônico e o que constitui o espaço associado da obra considerando, principalmente, os diversos casos de autoria mobilizados na construção da narrativa transmídia? Obras de autorias diversas que não são do grupo ou da empresa, como, por exemplo, *Demian*, de Hermann Hesse, tomada como inspiração direta para a constituição da *Era Wings*, e as teorias do fandom ARMY, desdobradas em mídias como vídeos, textos-análise, etc., são parte do espaço canônico, isto é, da obra autoral do grupo, ou são parte do espaço associado, que remete à obra autoral e gere, deste modo, a autoria do grupo e da empresa?

Acrescente-se, ainda, que podemos pensar as questões relativas aos processos de seletividade e de filtragem que configuram o BTS Universe para os fãs brasileiros ou, mais amplamente, não-coreanos, uma vez que os coreanos nativos têm acesso ao conteúdo em sua língua oficial enquanto os outros têm acesso ao conteúdo traduzido pelas chamadas *fansubs*, grupos de fãs que legendam para fãs, muitas vezes gratuitamente. Esse percurso pressupõe, também, uma série de processos editoriais menos ou mais institucionalizados, dado que o conteúdo original em coreano é, na maior parte das vezes, traduzido para o inglês, sendo esta a base para a tradução ao português, o que nos permite levantar mais um aspecto da questão sobre espaços canônico e associado: o espaço associado para os coreanos é o mesmo que para os brasileiros?

A fim de respondermos a essas questões, propomo-nos a analisar, sob um viés discursivo-midiológico, os seguintes objetos editoriais: o blog Smeraldo Flower Shop e o clipe musical de *Epiphany*, de autoria do grupo/empresa; as obras *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, e o conto italiano *La città di Smeraldo*, referenciadas menos ou mais diretamente pelo grupo; e, por fim, um compilado com quatro teorias sobre a narrativa, de autoria dos fãs.

Devido à natureza de nosso objeto de pesquisa, a constituição do *cópus* de análise se mostrou um desafio. Algumas dificuldades durante o processo foram: i) a fragmentação e a dispersão dos materiais, espalhados em plataformas múltiplas e veiculados em contas/perfis diferentes (no caso de materiais veiculados no YouTube, por exemplo, foram utilizadas 5 contas diferentes para a publicação e circulação dos vídeos: HYBE Labels, 1theK (원더케이), BTS JAPAN OFFICIAL, Universal Music Japan e BTS Universe Story); ii) o fato de os materiais serem veiculados, em sua maioria, em coreano (em alguns casos, com

legendas em inglês), obrigando-nos assim, a “caçar” não somente as versões originais, como também as traduções para o inglês e/ou português e iii) o fato de ser veiculado, majoritariamente, no meio digital e, mais especificamente, on-line. A opção por este termo não é aleatória e advém da diferença — crucial para nós — entre *digital* e *on-line*: enquanto o primeiro designa materiais pensados para o ambiente digital e relativamente estabilizados (como os arquivos em PDF, por exemplo), o segundo designa materiais hospedados no ambiente virtual e, portanto, passíveis de serem excluídos, indisponibilizados, alterados de acordo com a vontade do autor e/ou mesmo da qualidade dos serviços de hospedagem, tornando-os extremamente instáveis. Consequentemente, os materiais disponibilizados on-line nunca chegam a uma versão final, uma vez que “A própria técnica da plataforma permite que se volte a ele atualizando-o: seu mídiun tem essa característica” (CHIEREGATTI, 2018, p. 70). Entretanto, essa instabilidade, a priori negativa, pode ser explorada como um novo recurso para a criação da narrativa, como acontece, por exemplo, com alguns dos mídiuns que compõem nosso objeto, modificados após sua publicação de modo a simular uma mudança nos eventos provocada pela viagem temporal do protagonista, como vimos na análise do Blog Smeraldo Flower Shop apresentada no relatório parcial.

Assim, devido a esses fatores, utilizamos como principal guia para a coleta dos materiais a página BTS Universe¹⁶, hospedada na FANDOM, uma espécie de coletânea dedicada ao registro dos materiais que compõem a narrativa transmídia, regularmente atualizada conforme a divulgação de novas informações e/ou mesmo o lançamento de novos materiais.

A criação desse tipo de “página-guia” por parte de fãs de narrativas transmídia é, inclusive, destacada por Mittel (2009) ao estudar a Lostpedia, “um site de referência on-line do tipo Wikipédia em grande escala, que foi construído pela audiência do seriado *Lost*”, como comentam Jenkins, Green e Ford (2014, p. 173, *italico original*). Além disso, utilizamos também textos de fãs que atuaram como “curadores” e compilaram, em uma única postagem ou comentário, por exemplo, os links para os materiais que compõem o universo, muitas vezes já traduzidos pelos fansubbers (fãs que traduzem para fãs de modo voluntário e gratuito). Enfim, o caráter fragmentado e disperso de nosso objeto e todas as páginas criadas pelos fãs para consolidar os fatos conhecidos da narrativa, bem como a criação de figuras ilustrativas e de quadros sintéticos por parte da bolsista evidenciam o extenso e árduo trabalho empreendido por ela para a busca, para a identificação e para a coleta dos materiais, esforço que deve ser levado em consideração ao longo da pesquisa empreendida.

¹⁶ Disponível pelo link: https://bts.fandom.com/wiki/BTS_Universe. Acesso em: 22 jun. 2021.

Justificamos também os critérios utilizados para a escolha de cada um dos materiais que compõem nosso corpúsculo de análise, escolhidos por serem representativos do caráter fragmentado e disperso de nosso objeto de pesquisa:

- o blog Smeraldo Flower Shop foi escolhido por seu percurso e por seu papel peculiar na construção da narrativa: trata-se de um blog fictício criado em 2017 e gerenciado por um florista (também fictício) chamado Testesso, que pretende abrir uma floricultura especializada na flor Smeraldo (inspirada no conto italiano *La città di Smeraldo*) e, por isso, traz em suas postagens diversas histórias sobre a flor, sua origem e descoberta e também acontecimentos vivenciados pelo florista que contribuem para a narrativa principal do Bangtan Universe (BU), centrada nos sete personagens inspirados nos membros do grupo. Em um movimento característico das atuais tecnologias de distribuição dos dizeres, o blog se aproveita da possibilidade técnica de exclusão e de repostagem de conteúdos do meio on-line para simular as diversas viagens temporais do protagonista Kim Seokjin, percurso que só pôde ser recuperado graças ao fandom ARMY. Além disso, o blog também incorpora em suas postagens diversas obras/pessoas/personagens a fim de construir a história da flor Smeraldo, como vimos nas análises apresentadas no relatório parcial;
- o *trailer Epiphany* foi selecionado pois dá início a um movimento interessante de retomadas e de referências entre obras: resumidamente, o *trailer* faz referência direta ao livro *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, que resulta, posteriormente, na ocasião do lançamento do álbum *Map of the Soul: Persona*, na publicação de um novo livro de Stein, em coautoria com Steven Buser e Leonard Cruz, intitulado *Map of the Soul - Persona: Our many faces*. Posteriormente, com o lançamento do álbum *Map of the Soul: 7*, que incluía as faixas *Interlude: Shadow* e *Outro: Ego*, foram publicados outros três livros de Stein, intitulados *Map of the Soul - Shadow: Our hidden self* (com Sarah Stein e Leonard Cruz), *Map of the Soul - Ego: I am* (com Leonard Cruz e Steven Buser) e *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS* (com Leonard Cruz e Steven Buser). Temos, então, um percurso de retomadas e de referências que evidenciam um jogo de espaços associados que produz espaços canônicos;
- as obras *Demian*, de Hermann Hesse, *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, e o conto italiano *La città di Smeraldo* foram escolhidas por serem

referenciadas diretamente — menos ou mais explicitamente — para a constituição da narrativa, apesar de não figurarem sob a autoria do grupo/empresa;

- por fim, analisaremos também um compilado com quatro teorias do fandom ARMY, de modo a compreender o papel desse tipo de produção de fãs para a constituição das narrativas transmídia.

Deste modo, abrangendo em nosso corpus de análise ao menos dois materiais de cada tipo de autoria presente no BU — do grupo/empresa, do fandom e de terceiros — e mobilizando os conceitos de espaço canônico e de espaço associado, analisaremos esta narrativa que coloca à prova, em diversas instâncias, a noção de *obra*, cara a diversos campos de estudos literários e, mais amplamente, linguísticos, instigadas pela hipótese de que tais conceitos, aparentemente bem delimitados e estabilizados, na realidade possuem pontos imprecisos, opacos e nebulosos, não previstos inicialmente na teoria proposta por Maingueneau.

Resultados

Apresentaremos, a seguir, as análises empreendidas e os resultados alcançados com cada um dos materiais selecionados, a começar pelo Blog Smeraldo Flower Shop, que tratamos com mais detalhes no relatório anterior e que, por ser um material extenso, recuperaremos aqui apenas na sua apresentação e nos resultados de sua análise, a fim de aclarar as conclusões a que chegamos na ocasião .

- **Blog Smeraldo Flower Shop, *La città di Smeraldo* e *Demian***

No dia 9 de agosto de 2017, foi publicado, na conta de Twitter oficial do BTS (@BTS_twt), uma selfie de Kim Seokjin¹⁷, protagonista da narrativa do BTS Universe, com a legenda “Smeraldo”, o que levou os fãs à descoberta do blog Smeraldo Flower Shop. Trata-se de um blog fictício criado em 4 de julho de 2017 e gerenciado por um florista chamado Testesso, que pretende abrir uma floricultura especializada na flor Smeraldo (inspirada no conto italiano *La città di Smeraldo*, sobre o qual falaremos mais adiante). Assim, as postagens do blog dedicavam-se a trazer para o público histórias diversas sobre a flor, sua origem e descoberta e também alguns acontecimentos vivenciados pelo florista que contribuem para a narrativa principal do BTS Universe, centrada nos sete personagens inspirados nos membros do grupo. Após a última postagem, realizada em 2 de setembro de 2017, o blog entrou em hiato por um ano. Nessa época, apesar das diversas especulações, a relação do blog com a narrativa do grupo não havia sido confirmada oficialmente.

Além disso, vale pontuar que, como todo conteúdo disponibilizado on-line, as publicações, bem como o próprio blog, são passíveis de serem excluídos, indisponibilizados ou alterados a qualquer momento de acordo com a vontade do autor e/ou mesmo da qualidade dos serviços de hospedagem. São, portanto, extremamente instáveis, produtos do mundo ético da impermanência. Foi então que, aproveitando-se dessa possibilidade técnica, no dia 4 de julho de 2018, exatamente um ano após a criação do blog, foram excluídas todas as postagens que haviam sido feitas, sendo repostadas nas semanas seguintes com algumas alterações, simulando, assim, modificações nos eventos da narrativa causadas pela viagem temporal do

¹⁷ Disponível em: https://twitter.com/BTS_twt/status/895191758233112577. Acesso em: 8 jul. 2020.

protagonista, Kim Seokjin. Foi também nessa ocasião que o banner do blog ganhou o logotipo do BTS Universe, certificando-o, finalmente, como um conteúdo oficial da narrativa.

Como esperado, as postagens originais que foram excluídas tornaram-se inacessíveis para todos e, claro, irrecuperáveis em sua forma original. Foram sobrescritas pelas novas postagens, tal como uma viagem no tempo tem o poder de sobrescrever os eventos da linha do tempo anterior.

O dia 3 de setembro de 2018, data da última publicação nessa segunda versão, marcou o início de um novo hiato do blog, desta vez mais longo, retornando apenas em 6 de julho de 2020, data da segunda remoção de conteúdo, ou melhor, da segunda volta no tempo simulada. As publicações que se seguiram evidenciaram mudanças ainda mais acentuadas nos eventos da narrativa até ela entrar em hiato novamente após a última publicação, em 3 de setembro de 2020. Assim, devido a esse peculiar papel exercido pelo blog na constituição da narrativa, consideramos relevante fazer uma análise mais detalhada sobre as suas publicações, que foi apresentada no relatório anterior.

Apresentado o contexto de criação e de gerenciamento do blog, seguiremos agora para a análise de sua inscrição material:

Hospedada no Naver Blog, um seguimento do buscador mais famoso da Coreia do Sul, Naver, o blog Smeraldo Flower Shop possui design simples: o banner, cinza azulado com o nome do blog em caixa alta e colorido com um degradê de laranja, rosa, roxo e azul, exibe, no canto inferior direito, o símbolo do Bangtan Universe (adicionado apenas no dia 4 de julho de 2018); na lateral esquerda encontra-se uma barra vertical com uma foto de perfil da flor Smeraldo, uma breve descrição do blog e informações de contato; abaixo dessa barra vê-se uma lista das categorias das postagens; no centro estão as postagens do “florista”, denominadas “histórias”, como observável na imagem:

Figura 8 - Captura de tela do blog Smeraldo Flower Shop, referente ao dia 15 out. 2020

The screenshot shows a Naver Blog page for 'Flower Smeraldo'. The header features the shop's name in large, stylized letters. Below the header, there's a navigation bar with 'Flower Smeraldo' and a search icon. The main content area is titled 'Flower Smeraldo 117개의 글' (117 posts). A list of posts is displayed, including titles like '[열한 번째 이야기] 스메랄도에 관심을 가져주신 여러분들 정말 감사합니다 (233)', '[열 번째 이야기] 꽃눈이 축지에 가게 됐습니다 (167)', and '[마흔 번째 이야기] 오랜만의 근황입니다 (156)'. Each post entry includes a date. To the left of the post list is a profile card for 'testesso (testesso)', which includes a profile picture of a blue flower, contact information (Tel: 070-4366-5610, E-mail: flowersmeraldo@gmail.com), and a '+ 이웃추가' (Add friend) button. Below the profile card are options for '카테고리' (Category), '정제보기 (11)' (Refined view), and 'Flower Smeraldo'.

Fonte: Autoria própria.

Como esperado de uma plataforma de blog, o Naver Blog centra-se, majoritariamente, na exposição de textos escritos, cuja circulação é facilitada por funções diversas, a saber: “adicionar vizinho” (semelhante a “seguir” o autor), “simpatia” (semelhante a “curtir” a publicação), “comentar”, “enviar para o Keep” (trata-se do Naver Keep, uma espécie de acervo ou lista na qual são armazenadas as publicações salvas), “enviar nota”, “compartilhar através do Keep, Bookmark, Memo, e-mail, Band, LINE, Twitter, Facebook ou KakaoTalk” e, por fim, “copiar URL” da postagem. Com exceção desta última, todas as outras funções exigem o login a partir de uma conta cadastrada para serem utilizadas.

Semelhantemente ao Twitter e a outras redes sociais, o Naver Blog também se utiliza das *hashtags* (um tipo de hiperlink para determinado assunto, indexado pelos mecanismos de busca da plataforma), um recurso que colabora para a propagação e a classificação das postagens, uma vez que promove o agrupamento de publicações sobre o mesmo assunto e funciona, assim, como um local comum para a sua discussão, gerando engajamento. Trata-se,

como defendemos em um trabalho realizado durante a graduação¹⁸, do que Krieg-Planque (2010, p. 1) denomina por *comunicação*, isto é, “um conjunto de saberes e habilidades relativos à antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação de enunciados e de seus conteúdos”. Dado isso, mostra-se relevante atentarmos às *hashtags* mobilizadas, que mesclam expressões em coreano (#스메랄도, #꽃, #플로리스트, etc.) e em inglês (#smeraldo, #flower, #flowershop, etc.), fato que evidencia, possivelmente, a antecipação por parte do “autor” acerca das práticas de retomada dessas postagens, que têm como interlocutor projetado leitores coreanos e estrangeiros, apesar de o texto ser veiculado apenas em coreano.

Por fim, recuperaremos aqui o mapeamento, de autoria da bolsista, das publicações do blog¹⁹ até dezembro de 2020 e suas diferentes versões. Nomeamos “1a versão” as postagens originais, de 2017, “2a versão” as postagens depois da primeira exclusão de conteúdos, de 2018, e “3a versão” as postagens depois da segunda exclusão de conteúdos, em 2020:

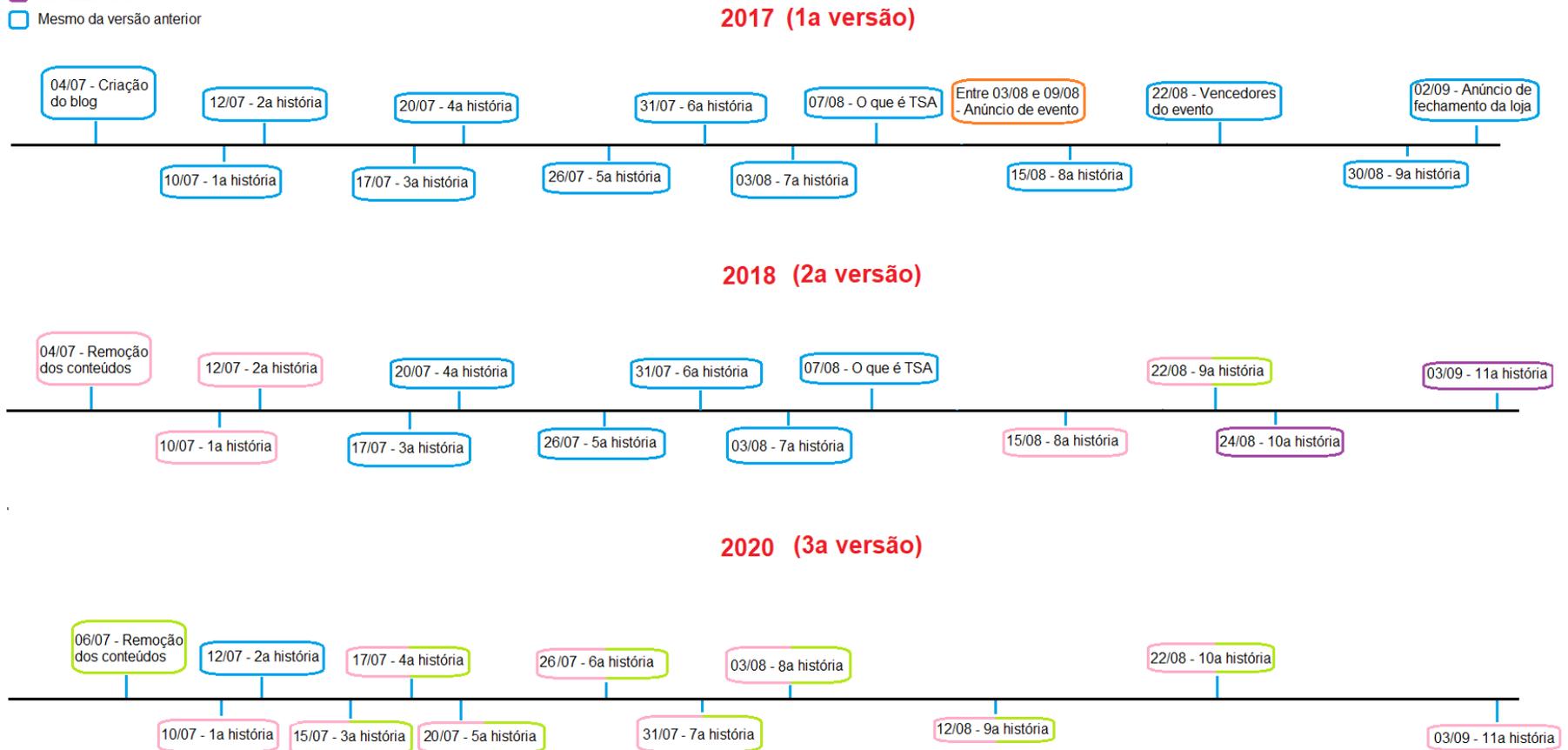
¹⁸ Trata-se do relatório final da disciplina “Texto: produção e circulação”, ministrada por Luciana Salazar Salgado em 2019 e disponibilizada em: <https://naomiaisawa.medium.com/representatividade-importa-9d31ce4086cf>. Acesso em: 26 abr. 2021.

¹⁹ Para consultar traduções e/ou capturas de tela das postagens originais (quando disponíveis), acesse: https://drive.google.com/drive/folders/1N2T-QJEJYwSD_kH_Zq1iOpT_GtzYuo0o?usp=sharing.

Figura 9 - Linha do tempo das postagens no blog Smeraldo Flower Shop até o ano de 2020

Legenda:

- Data incerta
- Mudança de conteúdo
- Mudança de data
- Conteúdo novo
- Mesmo da versão anterior



Fonte: Autoria própria.

Temos, assim, 13 postagens em 2017, 12 postagens em 2018 e 11 postagens em 2020. Como mencionamos anteriormente, já apresentamos no relatório anterior a análise completa de todas as postagens desse blog, então limitar-nos-emos aqui a recuperar as conclusões a que chegamos na ocasião, de modo a dedicarmos-nos mais à análise dos outros materiais de nosso corpus, que não puderam ser apresentados no relatório parcial ou que não puderam ser apresentados integralmente:

Como já mencionado anteriormente, o percurso das postagens delineadas acima evidencia o fato de que o blog exerceu e exerce papel peculiar na constituição dessa narrativa, que teria se perdido por completo não fosse o fandom ARMY e, mais especificamente, os *fansubbers*, que traduzem e repostam conteúdos de modo a possibilitar que mais fãs tenham acesso a ele, assumindo, portanto, papel importante dentro do fandom não-coreano, uma vez que possibilitam a esses fãs internacionais o acesso ao conteúdo originalmente em coreano. Entretanto, o papel dos *fansubbers* na ocasião do blog Smeraldo Flower Shop é levado a outro patamar, uma vez que, sem o seu trabalho de postagem de conteúdos traduzidos, seria muito difícil recuperar as versões anteriores do blog. O desafio seria ainda maior considerando a sua primeira versão, de 2017, pois, à época, além de não ter certeza da relação entre o blog e a narrativa, não se poderia prever que o conteúdo seria indisponibilizado futuramente. Tratou-se, para muitos, de um momento de tomada de consciência da efemeridade e da instabilidade implicadas no ambiente digital.

Trabalhando nesse cenário de incertezas, o produto dos esforços dos fansubbers são, agora, os únicos vestígios dos conteúdos deletados, que contribuem, para além da reconstrução dessas linhas do tempo, também como uma espécie de registro que possibilita aos novos fãs acompanharem o desenrolar dos eventos do BTS Universe.

Até mesmo a figura 9, que compreende um mapeamento, de nossa autoria, de todas as postagens do blog em suas três versões, bem como as indicações de alterações na data de publicação e/ou no conteúdo, só foi possível ser recuperado devido ao trabalho dos *fansubbers*, que traduziram e disponibilizaram o conteúdo gratuitamente em diversas redes sociais, aliados ao trabalho dos fãs mais assíduos, que muitas vezes atuaram como “curadores” e compilaram, em uma única postagem ou comentário, por exemplo, os links para os materiais traduzidos.

Assim, os fãs, que já possuem papel ativo e participativo na coleta dos materiais e na compreensão das narrativas transmídia assumiram, no caso deste blog, outro nível de atuação

de extrema importância, afirmando, deste modo, a interatividade do fandom como elemento crucial para o sucesso desse tipo de narrativa.

Assim, tal percurso do blog nos permite perceber como o mundo ético da impermanência cria esse mídiun tão instável e como a existência desse mídiun sustenta, por sua vez, a existência desse mundo ético. Assim, olhar para os objetos editoriais como mídiuns e, portanto, como objetos técnicos no mundo que sensibilizam em uma certa direção, nos permite perceber que essa potência do mídiun está sempre ancorada, sustentada, menos ou mais evidentemente, em alguma institucionalidade, e é essa relação que nos permite perceber a existência desse mundo ético.

Ademais, constatamos também que o conto italiano *La città di Smeraldo* e a obra *Demian*, de Hermann Hesse, que inspiraram, respectivamente, as *Eras Love Yourself* e *Wings*, não fazem parte nem do espaço canônico nem do espaço associado do BTS Universe, mas é o BU que faz parte do espaço associado dessas obras, atribuindo-lhes uma nova circulação a partir do momento que as referencia na construção da narrativa.

- ***Epiphany, Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, e coleção Map of the Soul***

Quando começamos a apresentar o trailer *Epiphany* no relatório parcial, nos deparamos com o interessante percurso de retomadas e de referências que ele estabelece com a obra *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, que resultou na criação da nova coleção de livros *Map of the Soul* desse mesmo autor. Na ocasião desse relatório, constatamos também a existência de duas capas diferentes para a obra *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*, o que nos fez levantar algumas questões do ponto de vista editorial, sob a promessa de uma descrição mais detalhada das capas baseada em *tecnemas*, conceito mobilizado por Gustavo Primo (2019) em sua dissertação de mestrado intitulada *Ver o livro como buraco negro: a formalização material da Antologia da Literatura Fantástica, de Bioy Casares, Borges e Ocampo*. Assim, a fim de apresentarmos aqui tais pendências, cremos ser relevante recuperarmos o contexto dessas obras que foram expostas no relatório parcial:

Antes de falarmos sobre o *comeback trailer* (literalmente “trailer do comeback”²⁰) *Epiphany*, devemos refletir sobre a plataforma na qual está hospedado e pela qual circula: o

²⁰ O termo “comeback”, recorrente na indústria musical coreana, refere-se ao “retorno” de um grupo ou artista após um período sem novos lançamentos.

YouTube. Lançado em 14 de fevereiro de 2015, o YouTube é atualmente uma das maiores plataformas de compartilhamento de vídeos on-line do mundo, podendo ser acessada gratuitamente (com a exibição de anúncios periódicos durante o vídeo) ou mediante aquisição de um plano de assinatura que oferece ao usuário conteúdos exclusivos livres de anúncios.

Comprado pela empresa global Google LLC em outubro de 2006, o YouTube ganhou novos horizontes ao possibilitar que os usuários da plataforma se tornassem produtores de conteúdo, produzindo vídeos e conquistando patrocinadores, tornando-se parceiros dessa marca hoje disponível nos mais diversos dispositivos, desde computadores a celulares, tablets, videogames e smart TVs — a maioria deles, inclusive, já vem com o aplicativo instalado, tornando-o acessível e de fácil portabilidade.

Sua página inicial, cuja disposição lembra a de um mostruário de produtos — e de fato o é —, muda a depender de certos fatores, como o fato de estar ou não logado em uma conta, ato que permite a coleta e a análise dos dados de navegação do usuário, refinando a seleção de conteúdos a serem exibidos na aba “Recomendados”. Além disso, a conexão a uma conta é obrigatória para ter acesso a recursos como avaliar positiva ou negativamente um vídeo, comentar, se inscrever em um canal e criar e/ou salvar playlists à sua biblioteca.

A plataforma ainda conta com a possibilidade de incorporar vídeos ou playlists em blogs ou sites externos, atribuindo-lhes nova circulação, e interlocução com um público potencialmente diferente, interlocução assegurada também pela possibilidade de adicionar legendas ao vídeo, processo que pode, inclusive, figurar como um tipo de interação entre o produtor de conteúdo e o público, uma vez que o primeiro pode permitir que o segundo ajude no processo de legendagem dos vídeos de forma voluntária. O YouTube possibilita, assim, diversas formas de interação entre público e produtor, entretanto, “Em vez de considerar as plataformas do YouTube e do Twitter como ‘novas’, consideramos esses sites onde se reúnem as múltiplas formas existentes de cultura participativa — cada qual com sua específica trajetória histórica, às vezes centenária —, o que em parte torna tais plataformas um objeto tão complexo de estudo” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 57).

Ainda de acordo com Jenkins, Green e Ford,

com barreiras relativamente pequenas de acesso, o YouTube apoia muitos tipos de usuários, que variam desde participantes casuais até produtores independentes, instituições culturais, partidos políticos, produtores profissionais e uma miríade de categorias entre eles. De fato, o sucesso do site se deve, em parte, a certa flexibilidade que o torna acessível e valioso para essa base de usuários diversificada. Com poucos limites reais sobre o que pode ser enviado via upload para o site (com exceção das restrições em torno de material pornográfico, violação de direitos autorais e algumas categorias que infringem as “normas das comunidades”), o

YouTube é uma plataforma que oferece um alcance potencialmente grande para quase todos os que chegam. O site incentiva os usuários a pensar em si mesmos como uma espécie de moeda, com os participantes ganhando prestígio social através do número de visitas que atraem (p. 127).

Essa constatação nos faz refletir, ainda, sobre os canais mobilizados para a veiculação dos conteúdos do BTS: o HYBE Labels²¹ e o BANGTANTV²². O primeiro, canal oficial do grupo HYBE (que agrega conteúdos das empresas BIG HIT MUSIC, BELIFT LAB, SOURCE MUSIC, PLEDIS Entertainment, KOZ ENTERTAINMENT e outros), com 54,2 milhões de inscritos²³, veicula principalmente os clipes, *trailers* e *teasers* dos artistas que gerencia (BTS, Tomorrow X Together, GFRIEND, SEVENTEEN, Lee Hyun, Enhypen, Nana, Bumzu, NU'EST, Yehana, Sungyeon, Zico e DVWN), além dos vídeos promocionais de projetos e das chamadas para novas audições na empresa. Já o segundo, canal oficial do BTS, com 49,3 milhões de inscritos²⁴, concentra-se na publicação de vídeos curtos dos bastidores do septeto durante as apresentações, os eventos e as atividades do dia a dia, como os vídeos de *dance practice* (prática de dança), por exemplo.

Assim, percebemos uma separação entre os conteúdos, mas, mais que isso, entre as autorias: os vídeos referentes às atividades cotidianas do BTS vão para o segundo canal e os vídeos profissionais vão para o canal da empresa, junto a vídeos de outros grupos. Fazendo isso, criam-se diferentes imagens, ou melhor, diferentes *ethos discursivos* para cada um dos canais: o primeiro concebe um *ethos* mais profissional, de promoção de uma empresa, enquanto o segundo apresenta um *ethos* mais íntimo, de proximidade aos membros do grupo.

Dado isso, no dia 9 de agosto de 2018, foi publicado no canal do YouTube da HYBE Labels o *comeback trailer* do álbum *LOVE YOURSELF 結 Answer*, intitulado *Epiphany*²⁵, canção solo do membro Jin (Kim Seokjin). Com 4 min e 21s, o clipe majoritariamente em preto e branco se passa basicamente em um único cenário: um cômodo da casa do personagem Kim Seokjin. Ao longo do vídeo, vemos algumas versões do personagem saindo para novas tentativas de mudar a história dos amigos.

No final do clipe vemos a seguinte inscrição: “Estou de volta ao ponto em que comecei após o final da jornada em me encontrar. O que eu precisava encontrar, em última análise, é o começo de tudo e um marco que é o mapa da alma. Algo que todo mundo tem,

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/ibighit>. Acesso em: 10 maio 2021.

²² Disponível em: <https://www.youtube.com/user/BANGTANTV>. Acesso em: 10 maio 2021.

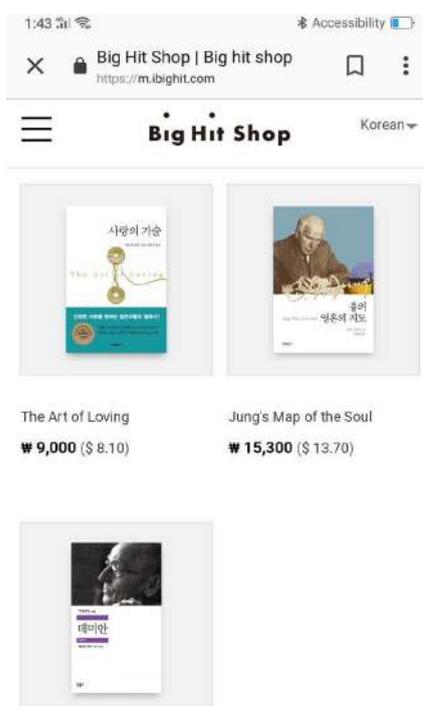
²³ Número referente ao dia 10 maio 2021.

²⁴ Número referente ao dia 10 maio 2021.

²⁵ Disponível em: <https://youtu.be/flkZOLsnoqY>. Acesso em: 20 ago. 2020.

mas nem todos podem encontrar. Estou prestes a descobrir isso agora”²⁶. O trecho faz uma clara referência ao livro *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução* (do original *Jung’s Map of the Soul: An introduction*), de Murray Stein, cuja versão coreana foi colocada à venda posteriormente na loja oficial de produtos da antiga Big Hit Entertainment, a Big Hit Shop²⁷, em dezembro de 2018, ao lado de *Demian*, de Hermann Hesse, e *A arte de amar*, de Erich Fromm (todas obras referenciadas/recomendadas pelo grupo em algum momento de sua carreira), como observável na captura de tela a seguir:

Figura 10 - Captura de tela da seção de livros da loja Big Hit Shop



Fonte: Twitter²⁸.

Após essa divulgação, que atuou como uma antecipação do conceito a ser trabalhado na *Era Map of the Soul*, o livro rapidamente alcançou o primeiro lugar na lista de best-sellers

²⁶ Tradução por BT-Legendas, disponível em português em: <https://youtu.be/YDLXpWN6w0>. Acesso em: 20 ago. 2020.

²⁷ Atualmente, a Big Hit Shop não está mais disponível pois foi transferida para o Weverse Shop, um segmento do Weverse (plataforma/aplicativo de hospedagem de conteúdo multimídia de grupos de k-pop e interação entre fãs e artistas criado pela Big Hit Entertainment).

²⁸ Disponível em: <https://twitter.com/BTSNewsBrasil/status/1082613001751089153/photo/1>. Acesso em: 10 set. 2020.

de psicanálise da Amazon, fato que logo chegou aos ouvidos de Murray Stein, como contou em entrevista para a BBC²⁹ traduzida pelo fansite Bangtan Brasil³⁰:

“Há alguns meses, um estudante japonês me disse que tinha descoberto que o site do BTS estava recomendando meu livro”, disse o professor para a BBC, diretamente da Escola de Psicologia Analítica, em Zurique. “Eu perguntei, ‘o que é BTS?’, e ele me contou, então dei uma olhada online, li um pouco sobre eles e acabei deixando de lado. Então, mês passado, o mesmo aluno me informou que eles estavam para lançar um álbum com o título ‘Map of the Soul: Persona’. Eu fiquei sem palavras”.

Assim como em *Demian* e *La città di Smeraldo* analisados no relatório parcial, podemos dizer que o BTS Universe e, mais especificamente, os álbuns da trilogia *Map of the Soul* — *Map of the soul: Persona*, *Map of the Soul: 7* e *Map of the soul: 7 ~ The journey ~* —, compõem o espaço associado da obra de 1998 de Murray Stein. Entretanto, ao contrário dos casos anteriores, em que o autor já era falecido (no caso de *Demian*) ou não pôde ser recuperado (no caso de *La città di Smeraldo*), Stein ainda vive e, devido ao grande volume de rumor público causado pela divulgação do *comeback trailer* de ‘*Intro: Persona*’, faixa introdutória do álbum *Map of the Soul: Persona*, publicado em 27 de março de 2019, o psicólogo junguiano foi levado a participar de diversas entrevistas, podcasts e lives do fandom (ou lives de psicanalistas para falar sobre o grupo) para responder a suas dúvidas e mostrar o seu ponto de vista. Assim, seguindo o lançamento do álbum *Map of the Soul: Persona*, em 12 de abril de 2019, Stein publicou, conjuntamente com Leonard Cruz e Steven Buser, um novo livro, intitulado *Map of the Soul - Persona: Our many faces*, em abril de 2019, “na esperança de tornar as ideias junguianas mais acessíveis para mais pessoas [...]. Dedicando o livro ao BTS, Stein disse que ele [o livro] era para pessoas sem conhecimento especializado prévio em psicologia” (tradução nossa³¹).

Em seguida, em 21 de fevereiro de 2020, o grupo deu sequência à trilogia *Map of the Soul* com o lançamento do álbum *Map of the Soul: 7*, cuja *tracklist* inclui as faixas *Interlude: Shadow* e *Outro: Ego*, retomando outros dois conceitos da psicologia junguiana. Como em resposta, Murray Stein publica, junto a Sarah Stein e Leonard Cruz, em março de 2020, o

²⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-47965524>. Acesso em: 10 set. 2020.

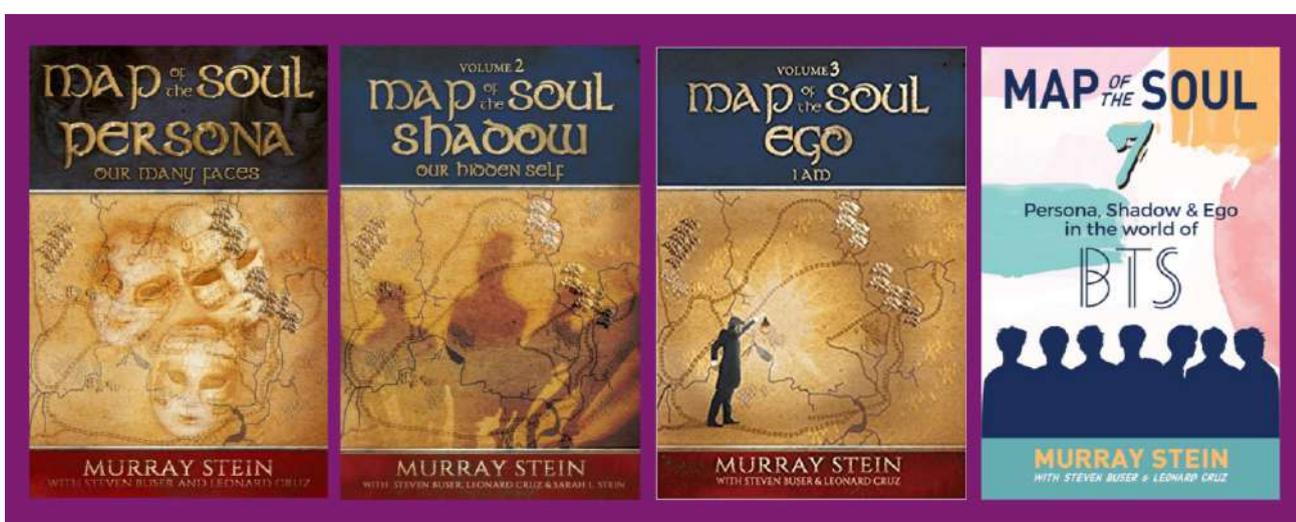
³⁰ Disponível em: <https://bangtan.com.br/como-o-psicologo-carl-jung-influenciou-o-processo-criativo-de-map-of-the-soul-persona-%F0%9F%A4%94/>. Acesso em: 10 set. 2020.

³¹ “In hopes of making Jungian ideas more accessible to more people, Stein recently released a new book titled ‘Map of the Soul: Persona — Our Many Faces’ [...]. Dedicating the book to BTS, Stein said it was for people without any specialized background in psychology.”. Disponível em: http://kpopherald.koreaherald.com/view.php?ud=201905281654373745017_2#:~:text=In%20hopes%20of%20making%20Jungian.a%20special%20chapter%20on%20BTS. Acesso em: 10 set. 2020.

segundo volume de sua coleção de livros *Map of the Soul*, intitulada *Map of the Soul - Shadow: Our hidden self*:

Logo após, em maio de 2020, são lançados o terceiro volume da coleção, intitulada *Map of the Soul - Ego: I am*, e um volume especial dedicado ao BTS, intitulado *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS*, ambos escritos por Murray Stein, Leonard Cruz e Steven Buser, como ilustrado na figura abaixo.

Figura 11 - Capas das obras *Map of the Soul* lançadas por Murray Stein em 2020



Fonte: Autoria própria.

A partir do cenário descrito, percebemos que tanto o *trailer Epiphany* quanto os álbuns da trilogia *Map of the Soul* fazem parte do espaço associado da obra Jung's *Map of the Soul: An introduction* (1998), de Murray Stein, uma vez que o referenciam, atribuindo-lhe novo volume de rumor público, tal como ilustrado na figura a seguir (as setas indicam “espaço associado de”):

Figura 12 - Espaço associado de Jung: *O Mapa da Alma: Uma introdução*, em 12 de abril de 2019



Fonte: Autoria própria.

Esse rumor público, no entanto, tomou proporções enormes (mesmo após 20 anos da publicação da obra, o que prova a força do BTS e de seu fandom na sustentação dos espaços associados de interesse) que culminaram na criação de outros espaços canônicos: o da obra *Map of the Soul - Persona: Our many faces* (2019) e, mais amplamente, da nova coleção de livros *Map of the Soul*, de Murray Stein. Essa nova obra e coleção, no entanto, podemos dizer que fazem parte não só do espaço associado da obra primeira de Stein, de 1998, mas também dos álbuns da trilogia *Map of the Soul*, do BTS, uma vez que nasceram como referências diretas a esses álbuns (explicitadas, principalmente, pela dedicatória ao BTS e ao fandom ARMY), retomando-os em alguma medida e produzindo rumor público sobre eles, como ilustrado na imagem a seguir:

Figura 13 - Espaço associado de Jung: *O Mapa da Alma: Uma introdução*, em 16 de abril de 2019



Fonte: Autoria própria.

Posteriormente, após o lançamento do álbum *Map of the Soul: 7*, que também faz parte do espaço associado de *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução* e *Map of the Soul: Persona*, há a publicação dos volumes de Shadow e Ego, que fazem parte do espaço associado dos álbuns e obras já citados, como ilustrado pela figura:

Figura 14 - Espaço associado de *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, em 1 de maio de 2020



Fonte: Autoria própria.

Por fim, é publicada a obra *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*, que, apesar de levar o nome “Map of the Soul” e, portanto, filiar-se a essa coleção criada em 2019, não faz parte dela. Esse fato pode ser constatado, inclusive, ao observar as capas de cada um, e, para isso, convocamos aqui o conceito de *tecnema*, recuperado por Primo (2019):

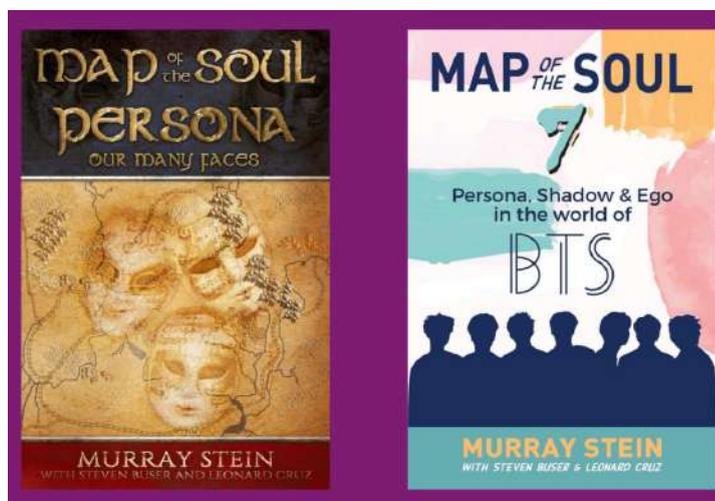
Cada transição de um sistema para outro melhor integrado, cada comutação no interior de um sistema já estruturado, cada síntese de funções faz surgir um sentido, uma pertinência objetiva independente dos indivíduos que a utilizarão: achamo-nos aí no nível de uma língua; por analogia com os fenômenos da Linguística, poderíamos chamar “tecnemas” a esses elementos técnicos simples – diferentes dos objetos reais – cujo jogo fundamenta a evolução tecnológica. Neste nível é possível considerar uma tecnologia estrutural que estude a organização concreta destes tecnemas em objetos técnicos mais complexos, sua sintaxe no seio de conjuntos técnicos simples – diferentes dos objetos reais assim como os sentidos entre os diversos objetos e conjuntos. (BAUDRILLARD, 2012, p. 12-13 apud PRIMO, 2019, p. 51).

Em outras palavras, são tecnemas as unidades técnicas mínimas e produtoras de sentido, a saber, por exemplo, o colofão, o tipo, o formato e o tamanho do papel, a encadernação, a mancha do miolo, etc. (no caso dos livros, objeto de estudo da pesquisa de Primo). Entretanto, não pretendemos realizar aqui uma análise tão robusta da obra de Stein, atendo-nos apenas à análise da capa de *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS* e das outras obras da coleção *Map of the Soul*. Para tanto, deter-nos-emos aos seguintes tecnemas: disposição dos elementos no espaço, cores e tipografia.

Assim, de modo geral, é possível observar que as obras da coleção possuem capas divididas em três partes: a primeira, na parte superior, trata-se de uma faixa na cor azul escuro que contém o número do volume e o título da obra escritos com uma fonte medieval em cor dourada; a segunda, no meio, contém a imagem de um mapa em tons de bege ao fundo, sobreposto por imagens que representam cada obra (máscaras, sombras...); e a terceira, na parte inferior, é uma faixa vermelha com os nomes dos autores na cor prata.

Já a capa de *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS* é completamente diferente, com o título ocupando toda a metade superior da capa, acompanhado de manchas de tinta coloridas e as sombras dos sete integrantes do BTS sobrepostas a um fundo branco, seguidas por uma faixa em tom verde pastel com o nome dos autores. É visível também o uso de fontes mais modernas, rompendo completamente com o ethos "vintage" evocado pela coleção, como observável na imagem abaixo:

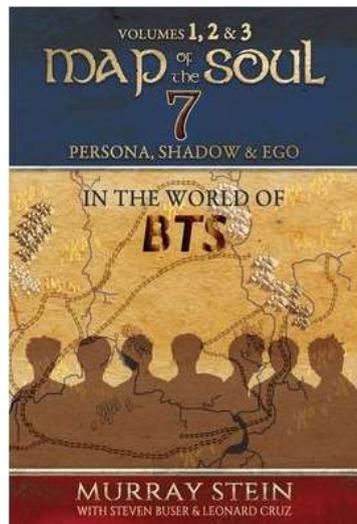
Figura 15 - Comparação das capas de *Map of the Soul - Persona: Our many faces* e *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*



Fonte: Autoria própria.

Entretanto, cremos ser relevante mencionar o fato de que, apesar de ser mais conhecido por essa capa colorida em tons pastéis, a obra especial dedicada ao BTS possui também uma capa nos mesmos padrões da nova coleção de Stein, como observável abaixo:

Figura 16 - Capa de *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS* nos padrões da coleção *Map of the Soul*



Fonte: Takealot³².

Essa constatação nos levou a realizar uma pesquisa mais aprofundada sobre as capas de *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*, que culminou na descoberta de um percurso interessante:

No dia 11 de maio de 2020, a Chiron Publications, editora responsável pela publicação da nova coleção *Map of the Soul*, postou em seu perfil do Twitter uma prévia da edição especial dedicada ao BTS, como observável na figura abaixo:

Figura 17 - Publicação da prévia de *Map of the soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*

³²

Disponível em: <https://www.takealot.com/map-of-the-soul-7-persona-shadow-ego-in-the-world-of-bts/PLID69110512>. Acesso em: 26 mar. 2021.

em:
Acesso



Fonte: Twitter³³.

Posteriormente, no dia 15 de maio de 2020, o livro foi publicado com a capa acima e adquirida normalmente pelos leitores. Entretanto, nesse mesmo dia, foi divulgado no site da editora uma chamada para que os leitores ajudassem na escolha da capa do livro a partir de votos enviados por e-mail, sem mencionar o motivo da mudança ou o fato de já ter sido publicada ao menos uma tiragem da obra com a capa da coleção.

Figura 18 - Captura de tela da chamada para o concurso de capas

³³ Disponível em: <https://twitter.com/ChironBks/status/1260007099188211718>. Acesso em: 26 mar. 2021.

Cover Contest!

Help choose a cover for "Map of the Soul – 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS"! Please enter your email below the cover you choose to vote and receive a free sample of the book!



Fonte: Chiron Publications³⁴.

Como observável no site, a editora ofereceu aos leitores quatro opções de capa, incluindo a capa nos padrões da coleção *Map of the Soul*, que já havia sido publicada. Entretanto, no dia seguinte, 16 de maio de 2020, essa chamada foi publicada no perfil de Twitter da editora com apenas três opções, sem incluir a capa nos padrões da coleção de Stein (figura 19), fato que foi corrigido em outro tuíte no mesmo dia (figura 20):

Figura 19 - Captura de tela da chamada para o concurso de capas no Twitter

³⁴ Disponível em: <https://chironpublications.com/cover-contest/>. Acesso em: 26 mar. 2021.



Fonte: Twitter³⁵.

Figura 20 - Captura de tela da segunda chamada para o concurso de capas no Twitter

³⁵ Disponível em: <https://twitter.com/ChironBks/status/1261732787327045639>. Acesso em: 26 mar. 2021.

 Chiron
@ChironBks

Please help us choose a cover for our new book, Map of the Soul – 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS, a Jungian exploration of the album by BTS!

chironpublications.com/cover-contest/

Traduzi Tweet



Fonte: Twitter³⁶.

No dia 18 de maio de 2020, foi publicado outro tuíte³⁷ da editora, retomando a chamada para o concurso e anunciando ser o último dia para votar, com o resultado a ser divulgado no dia seguinte. Entretanto, ao verificarmos o perfil da editora no Twitter, não recuperamos nenhuma publicação no dia 19 de maio de 2020 com o anúncio da capa vencedora. Em vez disso, encontramos apenas um tuíte do dia 22 de maio de 2020 compartilhando uma foto do livro em sua nova capa (a capa colorida em tons pastéis) junto à inscrição “Agora com a capa escolhida pelos fãs do #BTS!” (tradução nossa), como observável abaixo:

³⁶ Disponível em: <https://twitter.com/ChironBks/status/1261751149000110088>. Acesso em: 26 mar. 2021.

³⁷ Disponível em: <https://twitter.com/ChironBks/status/1262510025765015555>. Acesso em: 26 mar. 2021.

Figura 21 - Captura de tela do tuíte com a nova capa



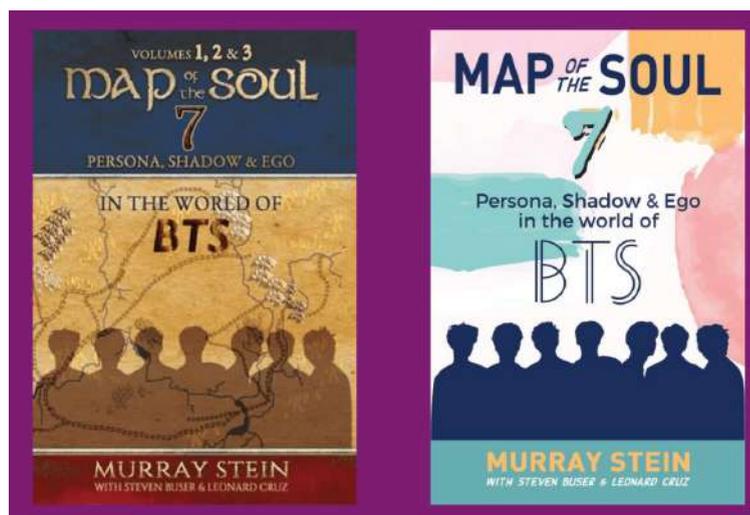
Fonte: Twitter³⁸.

De acordo com a nota no site da Amazon³⁹, “A capa deste título foi atualizada em 21/05/2020”, apenas seis dias após a sua publicação, e a editora não forneceu ao público nenhuma informação sobre o motivo da troca de capas nem sobre a quantidade de votos que cada uma recebeu. Ademais, apesar da nota da Amazon indicar que “O interior [o conteúdo] é virtualmente idêntico” em ambas as versões do livro, a “mera” mudança de capas nos leva a pensar: os dois exemplares apresentados na figura abaixo são a mesma obra ou trata-se de obras diferentes?

Figura 22 - Comparação das duas versões da capa de *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS*

³⁸ Disponível em: <https://twitter.com/ChironBks/status/1263850481488551936>. Acesso em: 26 mar. 2021.

³⁹ Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Map-Soul-Persona-Shadow-World/dp/1630518506>. Acesso em: 26 mar. 2021.



Fonte: Autoria própria.

Para respondermos a essa questão, devemos primeiramente entender o conceito de *campo discursivo*, definido por Maingueneau em seu livro *Discurso literário* (2006). Para o linguista francês, campo discursivo nada mais é do que o reconhecimento de um sistema dinâmico configurado a partir das relações estabelecidas entre os atores da *rede de aparelhos* (pessoas ou instituições que participam desse sistema), que assumem, assim, uma posição nesse campo, mantendo um equilíbrio instável. Entretanto, tal campo discursivo não é imaterial, mas está sempre ancorado à produção de um *arquivo*, isto é, à produção de uma memória interna das filiações que um texto estabelece com outros textos do campo ou com atores da rede de aparelhos. Essa noção é crucial aqui para entendermos os objetos editoriais como integrantes de um determinado campo, e não como objetos soltos e descontextualizados que não estabelecem relação e/ou interlocução com outros.

Dado isso, descreveremos brevemente o campo discursivo no qual a obra *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the world of BTS* circula, a começar pela editora que a publicou. Parte do Grupo Chiron, a Chiron Publications foi fundada em 1983 por Murray Stein e Nathan Schwartz-Salant com o intuito de “adicionar novas e significativas contribuições para a literatura junguiana, com ênfase particular na escrita clínica”⁴⁰ (tradução nossa). Assim, trata-se de uma editora renomada na “publicação de uma grande variedade de livros de analistas junguianos e de outros no campo da Psicologia Profunda, do Mito e da Sociedade” (tradução nossa). Com base nessas informações e cientes de que a editora é responsável pela publicação de obras de grandes nomes da sua área de especialidade,

⁴⁰ “to adding new and significant contributions to the Jungian literature with a particular emphasis on clinical writing”. Disponível em: <https://chironpublications.com/about-us-2/>. Acesso em: 26 mar. 2021.

podemos dizer que ela assume, dentro do campo editorial, uma posição dominante, pois reconhecida por intérpretes e avaliadores e produtora de cânones da área, mas periférica, pois insere-se em uma área não tão reconhecida no campo editorial, comumente mais focada na publicação de obras literárias ou, mais amplamente, não-acadêmicas.

Em seguida, devemos falar sobre a posição no campo assumida pelo professor e pesquisador Murray Stein, autor da renomada obra *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de 1998, e co-autor da nova coleção *Map of the Soul*, de 2019. Figura altamente reconhecida no campo dos estudos junguianos, Murray Stein estudou na Universidade de Yale, no Instituto C. G. Jung de Zurique e na Universidade de Chicago e, de acordo com o seu site⁴¹, “É membro fundador da Sociedade Inter-regional de Analistas Junguianos e da Sociedade de Analistas Junguianos de Chicago. Foi presidente da Associação Internacional de Psicologia Analítica (2001 a 2004) e da Escola Internacional de Psicologia Analítica de Zurique (2008 a 2012)” (tradução nossa). Com uma carreira longa, sólida e reconhecida por seus pares, podemos dizer que Stein assume uma posição dominante e central no campo discursivo da Psicologia Analítica, em que atuou e atua, inclusive, como intérprete e avaliador, nos termos de Maingueneau, e como produtor de cânones.

Circulando em meio a e ligada a essa conceituada rede de aparelhos, temos então a nova coleção *Map of the Soul* de Stein, que referencia a obra cânone do mesmo autor, intitulada *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, e a trilogia de álbuns *Map of the Soul*, do BTS. O fato de ser uma coleção e não livros independentes também é significativo, pois indica destaque, reconhecimento, relevância atestada no campo... Assim, fazer parte de uma coleção ou não pode ser um fator decisivo no modo de circulação de uma obra, e aqui voltamos às duas capas da edição especial *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS*, uma filiando-se à coleção e outra distanciando-se dela. Ademais, não é suficiente pensarmos apenas nesse vínculo das capas com a coleção, mas devemos nos atentar também ao movimento estabelecido: trata-se de uma alteração da capa filiada à coleção para a não-filiada, indicando um movimento de desvinculação, e não o contrário. Embora não seja possível chegarmos a uma conclusão definitiva sobre o motivo desse processo, podemos levantar diversas hipóteses, como por exemplo a não apreciação, por parte dos psicólogos, da associação da Psicologia junguiana à imagem de um grupo popular sul-coreano, ou a insatisfação dos fãs em ter uma coleção vinculada à imagem do BTS como uma forma de

⁴¹ “He is a founding member of the Inter-Regional Society of Jungian Analysts and of the Chicago Society of Jungian Analysts. He has been the president of the International Association for Analytical Psychology (2001-4), and the President of The International School of Analytical Psychology-Zurich (2008-2012)”. Disponível em: <http://www.murraystein.com/about.shtml>. Acesso em: 29 mar. 2021.

ganhar reconhecimento a partir da fama do grupo, ou mesmo a decisão da editora pelo estabelecimento de uma trilogia de livros com uma edição especial à parte, entre outras.

Dado isso, respondendo à pergunta “os dois exemplares apresentados na figura 22 são a mesma obra ou trata-se de obras diferentes?”, parece-nos claro que configuram obras distintas, pois as capas diferentes evocam memórias diferentes, na qual uma das obras se filia a determinada coleção e a outra não, produzindo diferentes *arquivos*.

Entretanto, apesar de não fazer parte da coleção *Map of the Soul*, o livro *Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS* faz parte do espaço associado de todas as outras obras citadas neste percurso, como observável na figura abaixo:

Figura 23 - Espaço associado de *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, em 15 de maio de 2020



Fonte: Autoria própria.

De modo geral, pode-se dizer que, ao referenciá-la, o BTS Universe deu uma nova vida, um novo propósito à obra *Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução*, de Murray Stein, que, apesar de (ou justamente por) existir há mais tempo que o BU, esteve vagando no mundo até ser guiado a novos caminhos pelo BTS.

O percurso descrito neste capítulo evidencia, assim, um jogo de espaços associados que produz espaços canônicos, e essa complexa rede de relações entre as obras acentua o

importante papel do espaço associado como o local da produção de valor das obras, uma vez que denota a vida pública dessas obras e as relações que tecem entre si. Evidencia, enfim, a complexidade do mercado editorial.

- **Teorias formuladas por fãs**

Antes de passarmos para a análise das teorias formuladas pelo fandom acerca da história narrada no BTS Universe, devemos primeiramente entender a que nos referimos por “teoria formulada pelo fandom” e como ela se assemelha ou se diferencia dos outros materiais analisados.

Muitas vezes frutos de esforço coletivo e de muitas discussões com outros fãs, as “teorias formuladas pelo fandom” nada mais são do que hipóteses, suposições e especulações feitas pelo fandom sobre os acontecimentos de determinada história, que podem ou não vir a ser reais, como por exemplo, especular sobre a traição ou não de Capitu em *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, ou sobre a identidade do assassino de um romance policial, entre outros. E, como toda teoria, apesar de trabalhar com informações oficiais, já estabelecidas, as teorias do fandom também não são aceitas por toda a comunidade, sendo altamente suscetíveis a mudanças. Isso acontece, principalmente, por causa da natureza das teorias, que trabalham combinando elementos imutáveis e mutáveis: imutáveis, pois dizem respeito às informações oficiais, canônicas, provenientes da obra original; mutáveis, pois dizem respeito às especulações individuais do fandom, que não foram atestadas na obra original, mas que procuram antecipá-la.

Muito semelhante às *fanfictions* (ficções escritas por fãs, geralmente baseadas em personagens, ambientes, casais e/ou eventos de uma obra-fonte canônica), as inúmeras e mais diversas teorias formuladas pelo fandom e disponibilizadas em diversas plataformas e em diferentes tipos de mídia ganham reconhecimento dentro da comunidade por meio da adesão: teorias/fanfics com grande adesão da comunidade ganham reconhecimento e legitimam-se em detrimento das outras, por exemplo. De fato, algumas teorias ganham tamanha adesão que passam a figurar como *fanons*, termo derivado da união de “fan” e “canon” e que, de acordo com o site Fanlore⁴², designa “qualquer elemento que é amplamente aceito entre os fãs, mas que tem pouca ou nenhuma base no cânone. Às vezes, é um evento pequeno do cânone que é exagerado; às vezes, é alguma coisa no enredo de uma fanfic que é adotada e repetida por

⁴² Site de escrita colaborativa estilo Wikipédia sobre trabalhos, atividades e terminologias das comunidades de fãs. Disponível em: <https://fanlore.org/wiki/Fanon>. Acesso em: 1 abr. 2021.

outros escritores, até que ela se torna tão comum que novatos [no fandom] podem pensar que é um fato canônico” (tradução de Andressa Andrade⁴³).

É válido mencionar também que as teorias e fanfics circulam, majoritariamente, em meio digital, propício para a interação do fandom entre si e com o autor. E essas interações com o autor, por vezes, resultam na canonização de elementos do fanon, que passam a compor a obra original. Com base nisso, pode-se dizer que toda teoria ou fanfic tem por objetivo principal se estabelecer como um *fanon* para, então, tentar constituir o cânone a partir da aprovação do autor.

Outro ponto a se atentar diz respeito à materialização e à circulação das teorias do fandom, pois, como já dissemos, elas se materializam na forma de diferentes gêneros discursivos e circulam nas mais diversas plataformas, como comentários ou postagens em redes sociais e em blogs, vídeos, páginas da internet, *threads* no Twitter, conversas em redes sociais, entre outros. Essa grande exposição e circulação das teorias no meio digital contribui também para a perda da autoria reconhecida de algumas delas, embora se observe, na comunidade, um esforço para creditar a fonte de onde a informação foi retirada. Isso ficará mais evidente nas análises a seguir.

Mas antes de partirmos para a apresentação das teorias selecionadas, devemos refletir brevemente sobre a plataforma na qual circulam: o Blogspot. Atualmente sob o nome Blogger, trata-se de um serviço disponibilizado pela empresa global Google LLC para a publicação e divulgação de conteúdos produzidos pelos usuários. “Gratuito”, personalizável e de fácil manutenção e gerenciamento, o Blogger também conta com *templates* pré-definidos ofertados pela própria plataforma e pela comunidade, que dispensam conhecimentos técnicos prévios para a criação de um blog.

Dadas as informações introdutórias, apresentaremos a seguir as teorias selecionadas para análise nesta etapa do trabalho: formuladas em 2015, ano que deu início à narrativa do BTS Universe, as quatro teorias selecionadas dizem respeito aos materiais da *Era Youth*, mais especificamente, aos clipes coreanos de *I Need U* e *RUN*, e ao curta-metragem *화양연화 on stage: prologue*. Apesar dos diferentes gêneros discursivos nos quais se pode materializar uma teoria, optamos aqui pela análise de teorias na modalidade escrita, meio mais comum de propagação desse tipo de material dentro da comunidade. Neste caso em específico, aproveitamo-nos de uma publicação⁴⁴ do blog Cidade KPOP, intitulada *Teorias Conceito*

⁴³

Disponível

em:

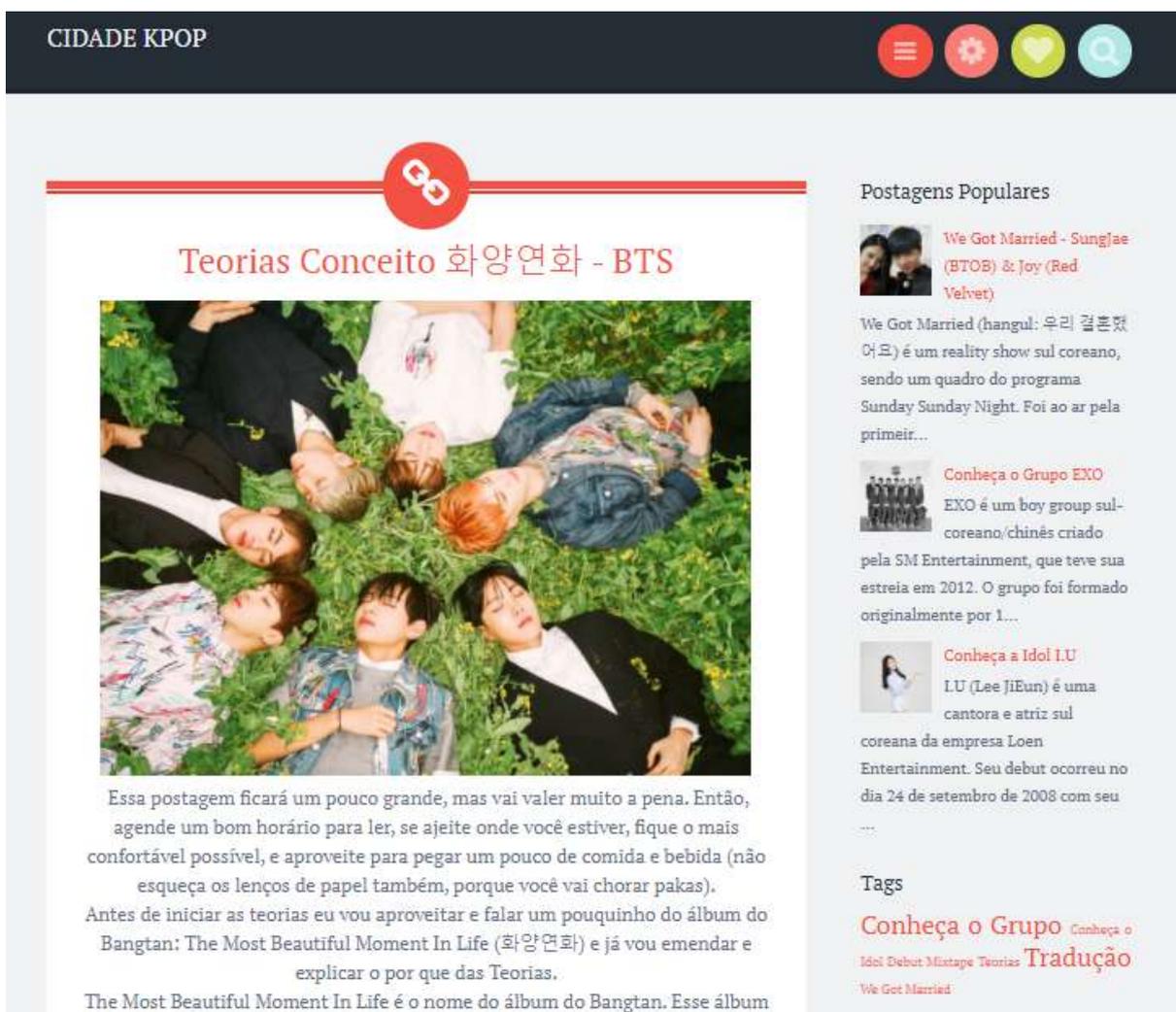
<https://ficwriterparaficwriter.wordpress.com/2017/04/29/o-que-e-fanon/#:~:text=Fanon%20%C3%A9%20qualquer%20elemento%20que,ou%20nenhuma%20base%20no%20canon>. Acesso em: 1 abr. 2021.

⁴⁴ Disponível em: <https://cidadekpop.blogspot.com/2016/08/teorias-conceito-bts.html>. Acesso em: 3 abr. 2021.

화양연화 - BTS e publicada em 6 de agosto de 2016, que faz um compilado com quatro teorias sobre a narrativa transmídia do BTS.

Com um design simples e minimalista, o blog Cidade KPOP possui uma barra horizontal preta no topo com o título do site em caixa alta à esquerda, e os botões “menu”, “widgets”, “social links” e “search” à direita. Abaixo, na seção principal, é exibida a publicação em questão, seguida da seção de postagens relacionadas, de botões que levam à “Postagem mais recente”, à “Página inicial”, à “Postagem mais antiga” ou à seção de comentários; à direita, há uma barra lateral com as seções “Postagens Populares”, “Tags”, “Postagem em destaque” e “Arquivo”, como observável na figura abaixo:

Figura 24 - Captura de tela da página inicial do blog Cidade KPOP, em 13 abr. 2021



Fonte: Autoria própria.

O design do blog evidencia, assim, o conteúdo principal a ser divulgado: o(s) texto(s).

Continuando, a autora do post, que não explicita seu nome, começa avisando o leitor sobre a extensão da publicação e dando-lhe sugestões para aproveitar melhor a leitura (“Essa postagem ficará um pouco grande, mas vai valer muito a pena. Então, agende um bom horário para ler, se ajeite onde você estiver, fique o mais confortável possível, e aproveite para pegar um pouco de comida e bebida (não esqueça os lenços de papel também, porque você vai chorar pakas”)), em seguida, faz uma rápida introdução aos álbuns *The Most Beautiful Moment in Life pt. 1* e *The Most Beautiful Moment in Life pt. 2* e lista os 3 materiais nos quais se baseiam as teorias a serem apresentadas (os dois clipes e o curta-metragem já mencionados acima). Ainda nessa introdução, a autora justifica a seleção dessas quatro teorias pelo fato de serem as que mais a agradaram e as que mais fizeram sentido para ela. Apesar de tais critérios subjetivos de seleção por parte da autora, acreditamos ser válido, ainda assim, considerar esse compilado para a realização desta pesquisa, pois evidenciam o funcionamento da cultura de fãs, que replicam principalmente materiais que os agradam e com os quais se identificam, evidenciando assim a adesão da comunidade.

Dito isso, apresentaremos, em um primeiro momento, as quatro teorias selecionadas para, então, seguirmos para a análise. A primeira teoria, conhecida como *Teoria Peter Pan*, liga os eventos do BTS Universe apresentados no clipe *I Need U*, no curta-metragem *화양연화 on stage: prologue* e nas fotos do Instagram do grupo (@bts.bighitofficial⁴⁵) ao conto de Peter Pan, como observável na reprodução a seguir⁴⁶:

A história é de Peter Pan, Jin é o Peter e os outros membros são os meninos perdidos. Na conta do Instagram oficial deles todos botaram na foto do MV as hashtags #NEVERLAND (Terra do Nunca) #YOUNG e #PLAY, menos Jin. Como os outros são os meninos perdidos eles estão sem sapato em uma foto na floresta (Terra do Nunca é uma floresta), mas Jin está com sapato. No Instagram tbm tem a foto do Namjoon brincando de bolinha de gude e no clipe Butterfly mostra os meninos brincando (tudo o que os meninos perdidos fazem é brincar). Os meninos perdidos do conto de Peter Pan tem algo a ver com os membros.

Taehyung por exemplo se mostra o menino que se veste de gambá no desenho, no conto ele não fala, apenas escreve em um bloco, ele tem uma foto em uma banheira com um bloco de notas escrito muitas palavras, porém ele também pode ser o menino que se veste de raposa no desenho, o personagem não quer deixar o seu passado de lado e não quer se deixar levar pela Terra do Nunca, mas ao mesmo tempo quer, no clipe Butterfly Taehyung se deita no coxão e vê uma foto de sua mãe (creio que seja sua mãe) amassando-a.

J-hope que é o menino gordinho, no conto ele não se sente bem com ele mesmo por ser gordo, por isso no clipe I NEED YOU J-hope se olha no espelho reparando em seu rosto e logo em seguida toma vários remédios.

Suga e Jungkook podem ser os dois gêmeos que aparecem no desenho, Jin (Peter Pan) os vê como um só e por isso não podem ser separados, como pode reparar na cena da briga eles se abraçam muitas vezes antes de revidar, quando brigam eles

⁴⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/bts.bighitofficial/>. Acesso em: 4 abr. 2021.

⁴⁶ Erros ortográficos, de pontuação e de digitação, bem como abreviações, foram mantidos como na publicação.

SÃO separados, por isso que em I NEED YOU Suga e Jungkook se sentem perdidos como se estivessem esperando um ao outro, nos cliques anteriores I NEED YOU e BUTTERFLY pode ver que os dois estão sempre juntos, principalmente em “Prologue” na ponte. Em um trecho do livro de Peter diz “Havia histórias estranhas sobre ele como quando as crianças morrem e ele as acompanha até a metade do caminho para elas não tenham medo” o que nos leva a cena em que os meninos estão de costas (pro carro em que Jin está) indo embora (parece ser ali a metade do caminho). Pq até a metade do caminho? (No conto diz que quando as crianças morrem elas viram pássaros, no MV I NEED YOU mostra os meninos perto da ponte com varios passaros voando, V pulou como se soubesse que iria virar um pássaro).

Mas e a borboleta? Bom a borboleta seria a Sininho, a musica se mostra para vc nunca parar de acreditar nos seus sonhos, no conto se parar de acreditar na Sininho ela morre, é o mesmo de parar de acreditar nos sonhos, vc n vai conseguir realiza-los, (Jin como Peter sentado e a borboleta na sua frente em uma foto), ou também na Coréia (ou França, não me lembro) a borboleta “papillon” em francês simboliza a morte, que é mais simples.

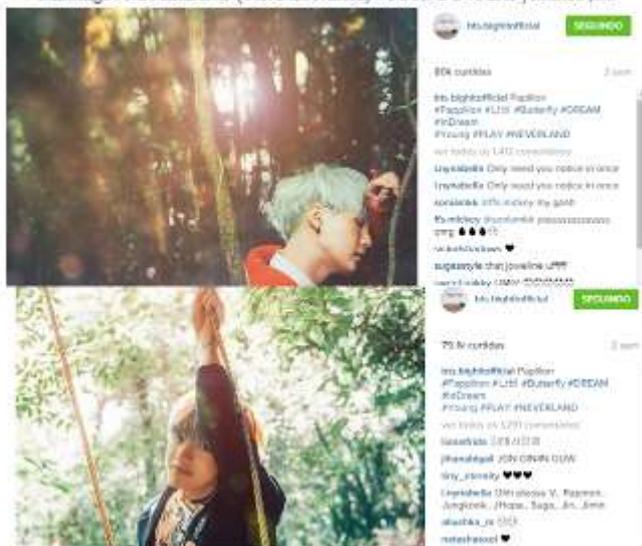
Na postagem, a autora diz ter encontrado a teoria no blog *The World Is What You Feel*⁴⁷, em post do dia 13 de dezembro de 2015 intitulado *Teoria para o MV de BTS #Run #3*. A autora desse outro post, que se identifica como “whyimnottenshi”, por sua vez, afirma ter recebido a teoria em sua página do Facebook, intitulada “Não, eu não shippo SkyDragon” (atualmente indisponível), a partir de um comentário da usuária “Nami” (atualmente, “Yuuko Chan”). O percurso traçado aqui evidencia, portanto, o que já mencionamos sobre o esforço da comunidade em creditar a fonte de onde a informação foi retirada.

Quanto ao conteúdo da teoria, é interessante pontuarmos, primeiramente, o fato de que ela é exposta de modos diferentes nos dois sites: um apenas com o texto e o outro com o texto ilustrado por muitas imagens. Isso acontece pois o blog *The World Is What You Feel* apenas reproduziu o comentário do Facebook em uma plataforma diferente. Já o blog *Cidade KPOP* reproduziu o texto do outro blog e optou por incluir imagens e gifs ilustrativos ao longo da postagem, possivelmente para facilitar a visualização dos pontos apontados na teoria (apesar de algumas imagens estarem indisponíveis atualmente), como observável abaixo:

⁴⁷ Disponível em: <https://butiwant.wordpress.com/2015/12/13/1418/>. Acesso em: 3 abr. 2021.

Figura 25 - Captura de tela da *Teoria Peter Pan* no blog Cidade KPOP

“A história é de Peter Pan, Jin é o Peter e os outros membros são os meninos perdidos. Na conta do instagram oficial deles todos botaram na foto do MV as hashtags #NEVERLAND (Terra do Nunca) #YOUNG e #PLAY, menos Jin.



Como os outros são os meninos perdidos eles estão sem sapato em uma foto na floresta (Terra do Nunca é uma floresta), mas Jin está com sapato.

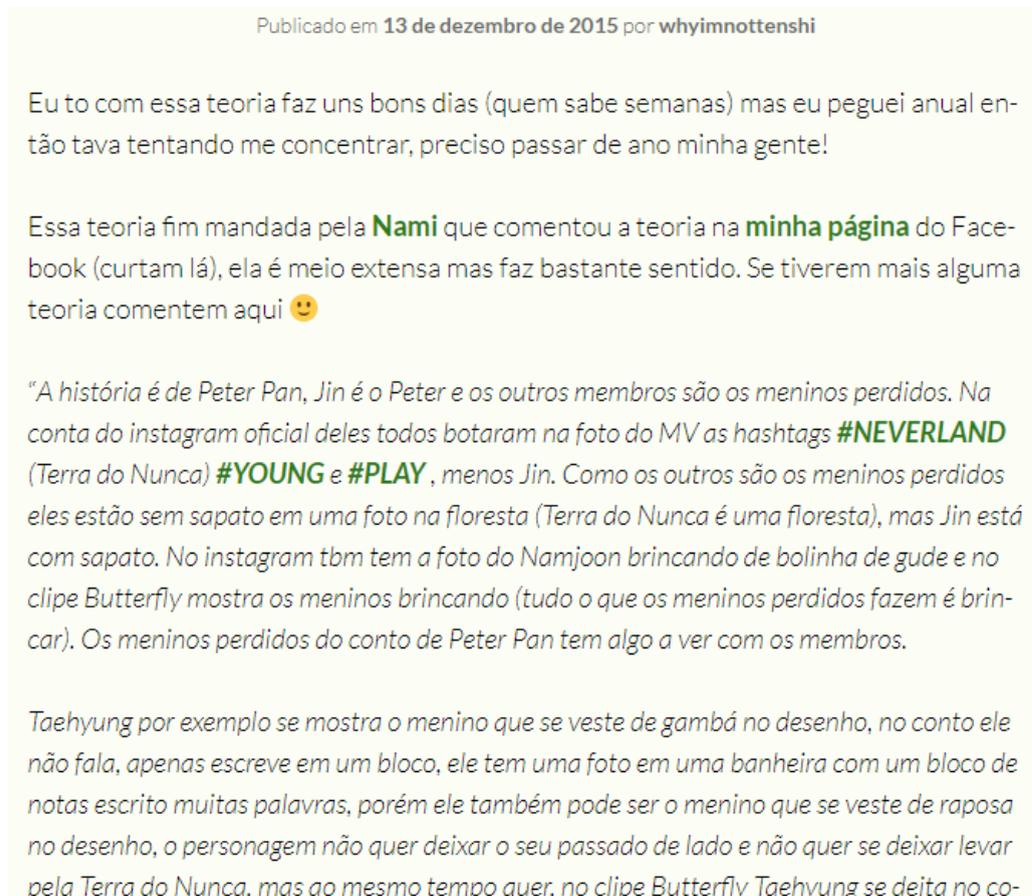


No instagram tbm tem a foto do Namjoon brincando de bolinha de gude e no clipe Butterfly mostra os meninos brincando (tudo o que os meninos perdidos fazem é brincar).



Fonte: Autoria própria.

Figura 26 - Captura de tela da Teoria Peter Pan no blog The World Is What You Feel



Fonte: Autoria própria.

A segunda teoria, intitulada *Você precisa viver*, relaciona eventos apresentados nos clipes de *I Need U* e *RUN*, no curta-metragem *화양연화 on stage: prologue*, nos pôsteres *BTS Begins* e na letra da música *House of Cards*, tal como observável na reprodução a seguir:

Então, BTS finalmente lançou “Run”, que é muito, muito bonito, mas... Eu sinto como se nós tivéssemos mais perguntas do que respostas. Com isso em mente, aqui está a minha pequena contribuição para as várias teorias que estão surgindo. Jin é o único vivo. Ele vive em suas memórias, e os outros, especialmente V, tentam mantê-lo vivo – mas falham no final.

Primeiramente, nós sabemos que a Big Hit e o BTS vêm planejando os dois *화양연화* há um longo tempo, então eu acho justo voltarmos para os pôsteres do ‘BTS Begins’, quando a Big Hit tweetou: “Os pôsteres do show solo do #BTS! Todos estão sorrindo brilhantemente, mas Jin não está parecendo tão sério? Nós queremos saber qual é a história escondida!”

Aqui está a foto em questão, onde Jin está tomando pílulas. (Os outros estavam pintando, jogando ou se divertindo de outras maneiras).

Assim, a partir daqui, nós já sabíamos que Jin estava sendo destacado. Próximo, vamos seguir para “I Need U”. Todos morreram nesse MV, exceto o V e o Jin. Rap Monster morre no posto de gasolina, Jimin se afoga, Suga queima até a morte, Jungkook é atingido por um carro, e J-Hope tem uma overdose. Até agora, nós não

temos motivos para acreditar que o V morre (ele mata outra pessoa), e Jin só tem uma flor desabrochando em seu coração.

Certo, mas vamos focar no Jin aqui, porque até mesmo nesse momento ele parece ser o mais diferente.

Os lírios que ele segura são lírios brancos que, como muitas pessoas provavelmente sabem, simboliza inocência e pureza, mas também estão amplamente associados a morte. Para os coreanos ainda mais, porque eles tem uma coisa chamada “morte por lírios brancos”, onde o exagerado cheiro de lírios brancos pode matar alguém preso em um cômodo cheio deles. Então nós já temos Jin não morto ainda, mas fortemente conectado com a morte desde “I Need U”.

Agora vamos seguir para o Prologue, que logicamente dá sequência a “I Need U” (é depois de V matar o outro homem e pedir ajuda).

No começo, nós vemos apenas seis membros – V e os outros cinco que vão até ele depois que ele pede ajuda.

Onde está Jin? Oh – filmando. Ao longo do Prologue, Jin passa a maior parte do tempo filmando, então a maior parte do tempo nós estamos assistindo o vídeo do ponto de vista dele... mais uma prova de que essas são memórias suas – ou até alucinações, causadas pelas drogas que ele está tomando nas fotos do show. Durante o Prologue, nós vemos mais Jin filmando do que efetivamente participando da diversão com os garotos. Mas aqui está algo curioso na maneira que Jin é introduzido no Prologue – Jungkook parece surpreso em vê-lo.

Essa expressão com certeza parece com um “Ei, já faz um tempo!”, e os outros parecem incrivelmente felizes em vê-lo.

Ei, borboleta! Certo, eu não capturei a borboleta porque fazer gifs da muito trabalho. De qualquer forma, como muitos sabem, borboletas são os símbolos de almas mortas, e elas estão ao redor do Jin bastante. Essa é a expressão dele depois de filmar a borboleta – ele parece muito preocupado para um cara que estava apenas filmando seus amigos brincando, e talvez esse seja o primeiro ponto onde vemos Jin meio que percebendo que as coisas não são bem o que ele pensa que são. Em outras palavras, o momento em que ele percebe que está sonhando. Também, nós vemos nas imagens teaser que Jin é o único com borboletas de verdade – Jungkook tem uma pipa de borboleta e uma blusa com uma borboleta estampada, e Rap Monster tem uma tatuagem de borboleta. Sem mencionar que nos teasers do Jin no Instagram, usaram a tag #Psique – ou Psyche, a deusa das almas.

Tudo bem, até agora nós temos estabelecido que: todo mundo, exceto Jin e V estão mortos no Prologue, e Jin está muito conectado com a morte e as almas. Vamos continuar, o que nos leva a cena do Rap Monster:

Pode-se ler no espelho > “살아 남아야 한다”, ou “Você precisa viver” – uma mensagem do Rap Monster para o Jin.

Essa é a cena em que Jin pergunta aos outros se eles querem “Vir aqui”, e os outros concordam. Onde ‘aqui’ é, nós não sabemos exatamente – nós apenas temos a sensação de que é a praia pela silhueta que nós vemos na polaroid. Em todo caso, na praia, mais uma vez, Jin passa a maior parte do seu tempo filmando os outros (e a ele mesmo, algumas vezes). Ele tira uma foto dos outros seis, onde ele não está incluso, e a cena na praia acaba com todos eles apenas reunidos ao redor da caminhonete. Mais tarde, no posto de gasolina, Rap Monster tira uma foto de Jin e Suga e guarda-a. E então, de volta na praia, V pula da... estrutura? Tanto faz o que aquilo é, ele pula de lá, e o prólogo acaba.

Ou é o que você pensa.

No final dos créditos, nós temos Jin sentado em sua caminhonete olhando para o oceano, e então se lembrando da polaroid que Rap Monster guardou no porta-luvas. Ele a pega e...

Não tem Suga. Só ele mesmo. Então Jin estava alucinando ou sonhando esse tempo todo, imaginando que ele estava com todos os seus amigos quando não estava. E agora nós também vemos o jeito que V morreu – ele cometeu suicídio pulando na água. Jin é jogado na realidade quando percebe que seus sonhos não são do jeito que ele queria que fossem, com todos eles vivos e felizes.

Certo, continuando no caminho para “Run”.

Primeiro, nós temos V marcando um X sobre o peito de Jin – significando que ele é o único diferente, e o que supostamente não deveria estar ali com todos eles (mortos).

Mais tarde, nós temos Jin construindo um castelo de cartas, apenas para que V destruísse isso. Vamos pegar uma dica da música Outro – “House Of Cards”, do BTS. De acordo com a letra, o castelo de cartas é um lugar em que eles tentam ser felizes mesmo sabendo que irá ser destruído.

Jin sabe que o sonho está acabando e ele sabe que isso está tornando as coisas piores, mas ele não consegue se segurar porque ele quer que aquilo dure o máximo que conseguir. Jin inclusive olha diretamente para a câmera nesse momento, e é um dos raros instantes que alguém faz sem outra razão se não se conectar com os espectadores. V quer que Jin acorde do sonho, e ele acorda, por um breve momento. Mais tarde, quando Jungkook e Suga estão brigando e Suga quebra o vidro, que flui para o castelo de cartas de Jin caindo, Jin inclina a cabeça como se percebesse que algo está errado.

Outro momento em que alguém olha diretamente para a câmera é o Jungkook, quem está, na verdade, sonhando com a cena da festa, a qual ele está apenas observando com um olhar sem brilho em seu rosto. Nós sabemos que é ele que está sonhando porque ele se transfere para várias cenas enquanto está sentado – a última transição é quando Jin está na grama e olha para ele de baixo, e nós encontramos Jungkook sentado no topo da caminhonete. Essa é outra cena em que Jin é destacado. Ele fica na caminhonete e o resto deles, uma vez que a policia (nós deduzimos, de qualquer maneira, já que não vemos exatamente porque eles começaram a correr) chega, corre e deixam Jin para trás, até que Jin alcança e pega eles.

Isso, no final, eu acredito ser o momento em que Jin morre. Eles correm para escapar e deixam ele para trás – como eles estão mortos e ele ainda está vivo, mas Jin os alcança. V, que estava se debatendo na água esse tempo todo, para e olha para a câmera. E na cena final, Jungkook parece estar incerto por um momento – mas acaba sorrindo. E então V finalmente sai da água.

E sobre a cena de encerramento? Com Jin não estando na polaroid do Jimin? Na forma que eu vejo isso, a razão pela qual Jin não estava na foto é porque ele não estava morto. Mas Jimin a queima porque agora Jin está com o resto deles.

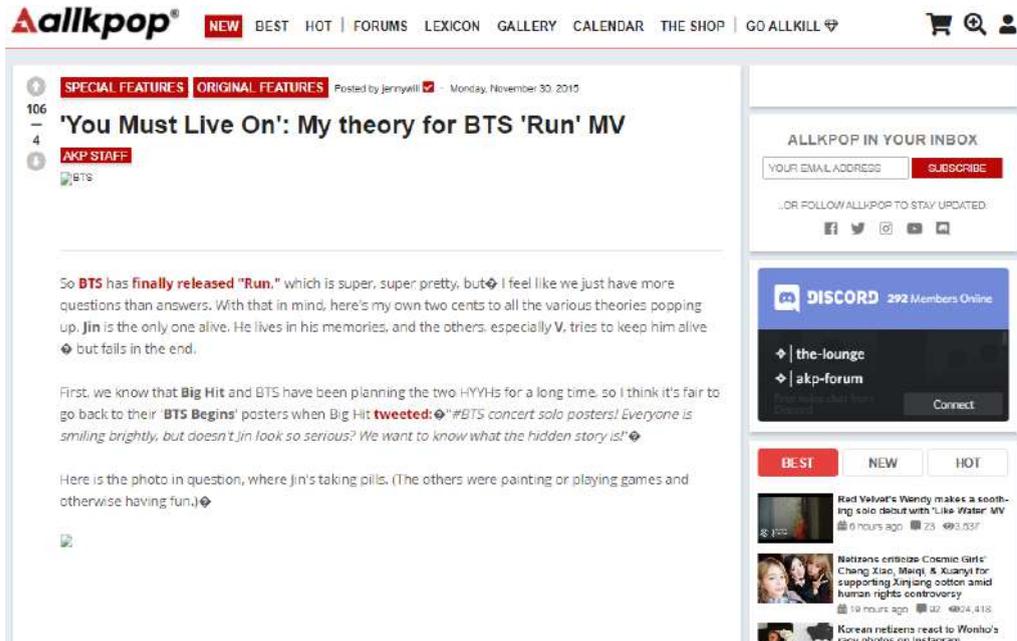
Originalmente postada em inglês no site allkpop⁴⁸ em 30 de novembro de 2015 por “jennywill”, a teoria foi traduzida para o português pela fanbase e fansub Bangtan Brasil, dedicada a traduzir e a divulgar materiais do e sobre o BTS. Foi a tradução da Bangtan Brasil⁴⁹, publicada em 1 de dezembro de 2015, que foi retomada pelo blog Cidade KPOP.

É interessante, ademais, pontuarmos as diferenças entre as três versões: na publicação original do site allkpop, temos a teoria acompanhada de algumas imagens ilustrativas. Já na tradução da Bangtan Brasil, a teoria consiste apenas em um texto corrido, sem imagens ilustrativas; no lugar delas, vemos links que redirecionam o leitor às mesmas imagens apresentadas pelo allkpop. Por fim, no post do Cidade KPOP, a teoria vem acompanhada de gifs e imagens ilustrativos, que são diferentes dos apresentados pelo allkpop e pela Bangtan Brasil.

⁴⁸ Disponível em: <https://www.allkpop.com/article/2015/11/you-must-live-on-my-theory-for-bts-run-my>. Acesso em: 4 abr. 2021.

⁴⁹ Disponível em: <https://btsbr.wordpress.com/2015/12/01/news-voce-precisa-viver-minha-teoria-do-mv-de-run-do-bts/>. Acesso em: 4 abr. 2021.

Figura 27 - Captura de tela da Teoria Você precisa viver no site allkpop



Fonte: Autoria própria.

Figura 28 - Captura de tela da Teoria Você precisa viver no site Bangtan Brasil



Fonte: Autoria própria.

Diferente das outras duas, a terceira teoria não possui nome e relaciona apenas os eventos apresentados nos cliques *I Need U* e *RUN* e no curta-metragem *화양연화 on stage: prologue*, sem recorrer a materiais “externos”⁵⁰, como as fotos do Instagram e os pôsteres, por exemplo.

Taehyung está se afogando, consequência dele ter pulado. Dizem que na hora da morte, todos nós vemos nossa vida, não é mesmo? Taehyung está se lembrando de todos os acontecimentos, como essa deles presos.

Logo aparece Hoseok. Ele está internado em algum tipo de hospício, acordou e logo tem Jimin a sua frente, segurando um travesseiro. Logo eles começam uma luta e todos estão em meio de penas. Existe uma lenda na Austrália em que penas representam liberdade. "Quem utiliza penas, tem o poder da ave e de se tornar ela" Podemos explicar tudo isso com todas as aves que aparecem nos vídeos. É o poder da liberdade. É a luta deles para se libertarem. A pena também simboliza clarividência: O poder de ver o mundo espiritual. Isso seria a parte do Jin.

Então vemos Suga se enlouquecendo. Talvez, ele realmente perdeu sua mente com a ajuda do álcool. Jungkook tenta ajuda-lo, abraça-lo. Mas nesse momento eles já não estão juntos, pois Suga já terminou com Jungkook. Logo ele pega a cadeira e quebra um vaso de flores azuis: Flores azuis significam amor, desejo e esperança. Três coisas que Suga perdeu naquele momento, o levando a suicidar-se.

Voltando a Hoseok, ele esta mais uma vez ali, internado, e claramente Jimin não esta mais com ele, então ele poderia estar lembrando da vez em que eles estavam juntos na festa, o que fez com que sua mente visse Jimin ali e recriasse aquela cena. Logo ele volta a "dormir" e vai para o paraíso, as aves aparecem mais uma vez, indicando a liberdade que eles podem ter ali e a clarividência de Jin, por ele estar ali.

Taehyung está mais uma vez se lembrando de como eles brincaram com Jimin o colocando na banheira, e logo mais, usou a ideia para se suicidar. Ele tem flashes, e um deles, ele se vê na banheira no lugar de Jimin, pois sabe que está sentindo o que seu amigo sentiu. Logo Jungkook se vê mais uma vez no momento em que morreu, e ele sorri pois sabe quem está dirigindo: Jin. No fim, Jin não está na foto, essa foto é da perspectiva de Jimin, mostrando a ele a realidade de que Jin não pode estar no mesmo lugar que eles.

Então, esquecemos tudo isso e voltamos para a teoria reversa, que me fez pensar depois depois de ver isso:

Jin é o primeiro a morrer. De volta a *I NEED U*. Ele está morto e está procurando uma maneira de voltar para os seus amigos, pois não esta aguentando vê-los daquela maneira. Jin morreu afogado. É por isso que eles sempre estão indo visitar o oceano, para lembrar dele. No fim de *I NEED U*, aparece apenas uma única ave claramente quando eles estão na frente do oceano e Jin aparece. Aquela ave, mais uma vez representa liberdade, e ele esta tentando mostrar aos amigos que ele está bem. Mas os meninos não estão aguentando a perda dele e começam a se desesperar. Tentando se matar e ter experiências com a morte, pois já ouviram dizer que quando presenciamos a morte, podemos ver ou sentir o mundo espiritual? Eles tentam estar em perigo, na esperança que Jin apareça pra eles. Jimin na banheira, segurava aquela foto, de todos eles, sem Jin. Então ele vai para o fundo da banheira e se descontrola quando sente toda a angustia e dor que Jin sentiu, não tendo como se salvar.

Na postagem do Cidade KPOP, a autora indica o blog *La Gazette de kpop* como a fonte de onde ela retirou esta teoria. O link apresentado direciona o leitor a uma postagem intitulada *Teorias Run BTS*, publicado em 29 de novembro de 2015 por Jenny Mur, que

⁵⁰ Em 2017, com o início do processo de certificação dos materiais do BTS Universe, descobriu-se que tais materiais realmente não compõem oficialmente a narrativa do BU.

também compila quatro teorias sobre a *Era Youth*, embora tenham como foco, mais especificamente, os eventos do clipe *RUN*. A autora Jenny Mur, por sua vez, afirma ter pegado a teoria no grupo BTS NO BRASIL 2016, mas não divulga o link para esse grupo nem especifica a plataforma no qual ele se institui. De todo modo, assim como no primeiro caso, o blog Cidade KPOP expõe esta teoria acompanhada de muitos gifs, embora o blog La Gazette de kpop, de onde ela foi retirada, apresente apenas o texto corrido, sem nenhuma imagem ilustrativa, como observável abaixo:

Figura 29 - Captura de tela do blog La Gazette de kpop



Fonte: Autoria própria.

Por fim, a quarta teoria, também sem título, relaciona eventos apresentados nos cliques de *I Need U* e *RUN*, no curta-metragem *화양연화 on stage: prologue*, nas fotos do Instagram oficial do BTS e na letra da música *Outro: House of Cards*. Como todas as outras teorias apresentadas, esta última também vem acompanhada de imagens e de gifs ilustrativos, entretanto, diferente das outras três, a autora de Cidade KPOP afirma desconhecer a fonte desta teoria, mas pede aos leitores que a informem caso saibam o nome do(a) autor(a), mostrando preocupação em atribuir corretamente os créditos de autoria.

Antes de começar, apenas uma observação rápida dos MVs:

Em "RUN", aparece a seguinte frase na parede "Wasted Youth Enter The Void", em tradução livre, "Uma juventude desperdiçada é vazia". "I NEED U" e "RUN" mostram dois exemplos de juventudes desperdiçadas, porém de formas diferentes. O primeiro, é melancólico e trágico, onde os meninos ferem a si mesmo. Já o segundo é caótico, onde eles são rebeldes, picham e atrapalham o trânsito, eles prejudicam os outros. É o momento mais bonito da vida deles ("The Most Beautiful Moment in Life"), porém eles se tornam vazios devido à hábitos destrutivos.

"Enter the void" também é um filme francês de 2009, de um homem que vaga entre a vida e a morte, narrando em primeira pessoa porém assistido de uma perspectiva fora do corpo.

SOMENTE JIN ESTÁ VIVO

Considerando o MV de 'I NEED U', todos os membros estão em situações onde se deixa bem claro a depressão deles. Este clipe é basicamente cada um sofrendo com diferentes problemas, onde se conclui que:

- Jimin morre afogado na banheira;
- J-Hope morre de overdose causada pelo excesso de remédios;
- Suga coloca fogo no motel;
- Rap Monster queima o posto de gasolina;
- JungKook morre atropelado após uma briga na rua.

Jin não passa por esses momentos. Ele está em um quarto, e coloca 6 pétalas de lírios brancos no chão. Lírios brancos têm um sentido fúnebre para os coreanos, logo as pétalas podem representar seus amigos que morreram. Além de Jin, não há indícios que V tenha morrido nessa parte.

Junto à essas cenas de suicídio, mostra-se flashes que reforçam a amizade dos meninos, que dependendo do ponto de vista, podem ser fragmentos das lembranças que têm juntos ou cenas do 'pós morte', quando se encontram novamente e voltam a se divertir.

No final do vídeo, V mata um homem e nos leva para o prólogo. Logo na primeira cena, ele se mostra desesperado e triste, com as mãos e roupas ensanguentadas. Ele tenta se limpar e então liga para Jin e pede para vê-lo.

Somos transportados então, para um outro lugar, onde V aguarda os amigos. Nesse momento, ele já não está com um semblante perplexo. Ele está calmo e suas roupas estão limpas. Segundo as teorias, os momentos do prólogo são apenas memórias na cabeça de Jin, onde somente ele sobreviveu.

Nos momentos desse vídeo, Jin se reserva em filmar e fotografar os amigos. Borboletas estão ao redor dele o tempo todo e simbolizam o almas mortas, e após filmar uma, ele se mostra preocupado, como se ele percebesse que não é real.

Há vários indícios de que apenas ele possa estar vivo. No espelho, RapMonster deixa uma mensagem para ele, que pode ser traduzida como "você deve sobreviver". Também há a foto que ele acredita ter tirado com Suga, porém quando olha, está sozinho.

No final do prólogo, V sobe em uma alta plataforma e é encorajado pelos outros a pular. Jin apenas filma, pois sabe que o que está acontecendo não é real, é apenas uma alucinação. É ele tentando recuperar e reviver as memórias que tiveram juntos, logo não conseguiria impedir o suicídio do amigo, pois é algo que já aconteceu em outra ocasião não mostrada. Assim, conclui-se que V também morreu afogado.

Nas imagens teaser do instagram, Jin possui a tag #Psique, que é a deusa das almas. Além disso, ele é o único integrante que possui a tag #awake, o que pode simbolizar que apenas ele está vivo.

Mudando para "RUN", pode-se perceber que Jin muitas vezes mostra-se diferente dos outros, como na cena onde V desenha um X em seu peito. Também no momento em que ele tenta se concentrar em construir um castelo de cartas, mas V o destrói. A música do novo álbum "Outro - House of Cards" fala de você tentar construir a felicidade mesmo sabendo que ela pode ser quebrada a qualquer momento.

Nessa hora, Jin mostra-se perplexo, como se V quisesse que ele acordasse para a realidade, e por um momento, ele acorda.

"RUN" mistura muitos aspectos de "I NEED U", e apesar de existir brigas e sensações de auto destruição (como o de J-Hope com drogas e Suga com bebidas),

mistura diversão, mostra eles brincando nos lugares onde supostamente morreram, como se o sofrimento tivesse ficado para trás.

JungKook tem um papel muito importante nesse clipe, ele percebe a perplexidade no rosto de Jin, ele se preocupa com as memórias, ele nota que algo está estranho e que as lembranças não são mais reais.

Após vandalizarem os carros, pode-se ver 6 membros andando de costa para um carro (supostamente de Jin). JungKook é o único que olha para trás, indicando que Jin deve seguir seu próprio caminho, agora sem os amigos. O túnel escuro provavelmente representa o caminho pós morte.

V levanta da água onde estava se afogando, podendo ser uma alusão à música título, que fala sobre suas decisões guiarem o seu próprio caminho.

No final, Jimin queima uma foto das lembranças das cenas da praia, onde Jin não está. Tudo era uma memória e apenas Jin sobreviveu, e se sente sozinho.

Como mostrado no prologo, ele não sorri mais, pois não estão mais juntos.

OBSERVAÇÃO: Algumas teorias consideram que "I NEED U" é sobre a dor de perder uma pessoa querida, e que as mortes dos outros integrantes são consequências do suicídio do V, que cronologicamente teria acontecido primeiro.

Para justificar isso, elas afirmam que nas fotos teasers, V deixa uma carta de suicídio com o nome dos amigos, sendo essa, a mesma carta que Jimin queima durante o MV.

Analisando brevemente cada uma delas, podemos dizer que a *Teoria Peter Pan* procura fazer relações entre os personagens do conto e os papéis interpretados pelos membros do BTS, mas não explica de fato a linearidade dos eventos, os motivos, entre outros detalhes da narrativa.

Já as teorias *Você precisa viver* e a quarta teoria (sem título) possuem muitas similaridades, incluindo o fato de recorrerem à letra da música *Outro: House of Cards*, do BTS, para explicar o significado de uma cena do clipe *Run*. Além disso, ambas defendem, com argumentos muito parecidos, a ideia de que o personagem interpretado por Jin é o único dentre os sete que continua vivo. Tais similaridades entre as duas nos fazem cogitar também a possibilidade de uma ser derivada da outra, ou de ser uma versão melhorada da outra, pois, como dissemos anteriormente, as teorias são extremamente suscetíveis a mudanças a partir de novas informações do autor ou de novas contribuições do fandom.

A terceira teoria (sem título) apresentada, por sua vez, possui uma estratégia argumentativa totalmente diferente, começando por referenciar as teorias que defendem o personagem de Jin como o único vivo para, então, negá-las, defendendo justamente o oposto, a ideia de que Jin é o primeiro e único dos sete a morrer. Assim, comparando as quatro teorias, percebemos que, apesar de se basearem praticamente nos mesmos materiais, elas apresentam propostas diferentes, chegando até mesmo ao ponto de divergirem totalmente.

Outra questão interessante a se atentar é o fato de algumas teorias possuírem títulos e outras não, pois, apesar de ser escolha do(s) autor(es) da teoria atribuir-lhe um título ou não, é fato que possuir um nome pelo qual se referir facilita a circulação dentro da comunidade. Por outro lado, em alguns casos o título pode ser atribuído à teoria depois de ela ganhar

reconhecimento dentro da comunidade, atestando sua adesão. De todo modo, seja qual for a história da origem dos nomes de cada teoria, parece-nos claro que aquelas com título circula(ra)m mais dentro da comunidade de fãs.

Ademais, podemos também refletir sobre o uso recorrente de imagens e de gifs ao longo da exposição das teorias, que, além de ilustrarem os argumentos apresentados, indicam uma tentativa de tornar tais argumentos mais legítimos, mais convincentes ao público a partir da explicitação de fragmentos retirados dos próprios materiais oficiais, buscando, assim, a adesão da comunidade. Portanto, as teorias utilizam imagens e/ou citações diretas retiradas do material oficial para construir diferentes *ethos* discursivos (um *ethos* mais didático, um *ethos* mais direto...), mas, principalmente, para estabelecer autoridade baseada no próprio conteúdo oficial das obras.

Mas independentemente de as teorias serem ou não acompanhadas por imagens, é fato que, devido à sua natureza, todas elas explicitam claramente os eventos canônicos das obras nas quais elas se sustentam. Em outras palavras, todas as teorias são construídas com base em premissas tidas, a princípio, como verdadeiras (as tais informações “imutáveis” de que falamos anteriormente) e elas devem ser evidenciadas de modo a validar o raciocínio proposto, como no trecho “No instagram tbm tem a foto do Namjoon brincando de bolinha de gude e no clipe Butterfly mostra os meninos brincando (tudo o que os meninos perdidos fazem é brincar)”, por exemplo, em que a autora evoca fotos do Instagram oficial do BTS, cenas do chamado “clipe Butterfly” (que, na realidade, refere-se ao curta-metragem *화양연화 on stage: prologue*) e informações do conto de Peter Pan para validar seu raciocínio de que os membros do grupo (exceto Jin) representam os meninos perdidos da Terra do Nunca.

Em seguida, voltando às noções de espaço canônico e de espaço associado de Maingueneau, deparamo-nos com um caso interessante: como materiais que fogem à autoria do BTS e/ou da Big Hit Music e que constituem dizeres sobre o BTS Universe, podemos dizer que as teorias formuladas pelo fandom constituem o espaço associado do BU na medida em que alimentam o rumor público sobre a obra e produzem, conseqüentemente, seu valor. Entretanto, essas mesmas teorias constituem e completam a narrativa do BU, pois, como já mencionamos anteriormente, o BTS Universe é uma narrativa transmídia, um tipo de obra que exige muito trabalho por parte do fandom para que seja consumida e, deste modo, não obtém sucesso sem a especulação e o preenchimento das lacunas por parte dos fãs. As teorias são, portanto, essenciais para que o BTS Universe funcione ou mesmo exista. Nesse sentido, acreditamos ser correto dizer que tais teorias também constituem o espaço canônico do BU.

Em vista disso, podemos dizer que as teorias formuladas pelo fandom são o completo oposto das obras de terceiros referenciadas na construção do BTS Universe (como *Demian*, *La città di Smeraldo* e *Jung: O mapa da alma: Uma introdução*), pois enquanto as teorias de fãs pertencem a ambos, espaço canônico e espaço associado do BU, as obras de terceiros que foram referenciadas menos ou mais diretamente na construção da narrativa não fazem parte nem do espaço canônico e nem do espaço associado do BU, como apontamos no relatório parcial.

Ainda sobre os espaços associados, podemos pensar as questões relativas aos processos de seletividade e de filtragem que configuram o BTS Universe para os fãs brasileiros ou, mais amplamente, não-coreanos, uma vez que os coreanos nativos têm acesso ao conteúdo em sua língua oficial, sem recorrer a outras fontes ou a mediadores, ao contrário dos fãs não-coreanos, que, apesar de terem acesso ao conteúdo original, são incapazes de compreendê-lo sem a ajuda de mediadores. Tais processos de mediação são conduzidos, na maior parte das vezes, pelo próprio fandom, a partir das chamadas *fansubs*, isto é, grupos de fãs que legendam para outros fãs, muitas vezes gratuitamente, visando à partilha do conteúdo. Esse percurso pressupõe, também, uma série de processos editoriais menos ou mais institucionalizados, dado que o conteúdo original em coreano é, na maior parte das vezes, traduzido para o inglês, sendo esta a base para a tradução ao português e a outros idiomas, o que nos permite levantar a seguinte questão: o espaço associado para os coreanos é o mesmo que para os brasileiros?

É inegável para nós que cada um desses fãs, coreanos ou não, fansubbers ou não, alimenta o espaço associado desses materiais ao produzir rumor público sobre eles, independentemente da língua utilizada para isso. Entretanto, nos parece, a princípio, que os fãs de diferentes nacionalidades e/ou idiomas produzem espaços associados próprios, que só podem ser acessados a partir dos mediadores, mas todos eles, juntos, constituem o espaço associado “maior” do BTS Universe e, mais amplamente, do BTS e da Big Hit Music, como ilustrado na figura abaixo:

Figura 30 - Constituição do espaço associado do BTS Universe



Fonte: Autoria própria.

Essa questão suscita ainda muitas reflexões acerca da noção de espaço associado, que, no entanto, não aprofundaremos aqui, resguardando-as, talvez, para pesquisas futuras.

Por fim, cremos ser válido refletir brevemente sobre a própria existência das teorias, pois se elas existem, significa que alguém se deparou com certas informações e/ou acontecimentos e viu nelas a necessidade de serem explicadas com mais detalhes. “O quê, quem, como, quando, onde e por quê?” Essas são perguntas primordiais para os seres humanos e são também as perguntas que os jornalistas devem responder em suas matérias e artigos jornalísticos para obter textos “claros”, “transparentes”. Quando uma ou mais delas ficam sem resposta, logo surgem as teorias que procuram explicá-las, evidenciando não apenas a necessidade de explicação, mas também a urgência com que isso deve ser feito.

De fato, obras com finais abertos, que normalmente são feitos para provocar reflexões a partir da fragmentação, da desordem e do ilógico, são os alvos principais das teorias e são rapidamente bombardeadas pelas especulações dos fãs, que desejam um final fechado e bem explicado. Nesse sentido, as teorias do fandom são produtos do mundo ético da clareza, da explicação, do sentido, e constituem mídiuns que sensibilizam para — e instigam — a explicitação do fabulado.

Assim, pode-se dizer que o fandom, bem como as teorias por ele produzidas, são o “fim” do BTS Universe, na medida em que a obra não se completa sem eles. No meio desse mar exigente que é o BU, o fandom busca a estabilidade, uma resposta para os eventos narrados, e, apesar de não haver regras para a criação das teorias, certas “leis” devem ser

respeitadas, pois “Para um fã, trabalhar com o texto-fonte é pisar em solo sagrado, e fazê-lo descuidadamente é cometer o maior dos sacrilégios” (Guimarães, 2017, p. 32).

Considerações finais

Ao longo desta pesquisa, que exigiu de nós grande esforço de coleta dos materiais dispersos da narrativa, vimos que as narrativas transmídia aprofundam o entendimento dos elementos constitutivos dos espaços canônico e associado e como a relação entre esses espaços constitui uma obra e, neste caso, um tipo muito singular de obra, que exige muito trabalho por parte de seus “leitores” para ser consumido completamente e até mesmo para ganhar existência efetivamente. Evidenciou-se, assim, o fato de que a delimitação dos conceitos de espaço canônico e de espaço associado propostos por Maingueneau (2006) não é tão demarcada como aparentava ser, e pode ser posta à prova em casos como os analisados, que evidenciam a existência de espaços nebulosos, incertos, característicos do atual período.

Desse modo, vimos que os materiais podem não necessariamente fazer parte do espaço canônico ou do espaço associado de outro material, como ocorre com obras como *Demian* e *La città di Smeraldo*, analisadas no relatório parcial, mas também podem ser parte de ambos os espaços, como as teorias formuladas pelos fãs. Além disso, nosso olhar sobre esse objeto editorial tão típico do atual período nos permite atentar para a ideia de que as narrativas transmídia, em geral, se constroem justamente a partir dessa opacificação da linha divisória entre esses dois espaços. Em outras palavras, as narrativas transmídia desfazem-se da noção fechada de *obra* quando vêm à existência, apoiados pela produção de materiais derivados, de autoria dos fãs.

Pode-se dizer que, obviamente, não há obra sem interlocução, mas é fato que as narrativas transmídia levam essa interdependência a outro nível. Assim sendo, o estudo e a compreensão do funcionamento da cultura de fãs promete grande potencial para as pesquisas na Academia, que podem abrir o caminho para novos horizontes no estudo dessas comunidades discursivas tidas como marginais em vários campos do saber.

Some-se a isso a compreensão de que as teorias do fandom aprofundam a noção do que é uma obra, pois uma obra não é apenas o conteúdo intelectual que ela transmite, mas é também trabalho — na medida em que há uma complexa rede de aparelhos que se debruça sobre o conteúdo intelectual e condiciona sua vida pública —, é técnica — pois é fruto de habilidades e de procedimentos que não são neutros e que inscrevem materialmente as ideias —, é materialidade inscricional — na medida em que o suporte de inscrição dessas ideias é

parte constitutivo desse mídiu —, e é reconhecimento — pois é a projeção e a produção de um espaço associado a esse conteúdo intelectual que produzirá, enfim, o valor dessa obra no campo discursivo, determinando, entre outras coisas, se ela pode ser considerada literária ou não.

A esse respeito, merece destaque o fato de que a produção de espaços associados de grande repercussão, especialmente se produzidas por autores/artistas do *star system*, podem levar à produção de espaços canônicos relevantes, no caso em estudo, uma coleção inteira de livros em resposta ao grande volume de rumor público proveniente do lançamento de um álbum de música pop sul-coreana. Tais estudos sobre a noção de espaço associado levaram-nos, inclusive, a pensar brevemente sobre a constituição do espaço associado coreano comparado ao não-coreano e, conseqüentemente, sobre a mediação desses espaços, normalmente feita pelos próprios fãs.

Por fim, constatou-se, ao longo da pesquisa, o fato de que a escolha das plataformas e dos gêneros discursivos mobilizados para a construção de um mídiu que integra uma narrativa transmídia deve ser feita de modo consciente e planejado a fim de explorar e de fazer um bom uso de todos os recursos oferecidos aos produtores de conteúdo. Tal constatação evidencia, portanto, a importância da adoção da midiologia para a condução desta pesquisa, direcionando nosso olhar para pensar a materialidade dos objetos na mesma proporção que pensamos o conteúdo intelectual, as ideias, os costumes e os valores a serem transmitidos, materialidades estas que não são neutras. Nessa direção, a noção de “ethos discursivo” mostrou-se essencial, pois nos permitiu apreender os elementos determinantes da sensibilização suscitada pelos objetos.

Participação em evento científico

- Apresentação, em formato de vídeo, do trabalho intitulado *Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe* nos Seminários do Grupo de Pesquisa Comunica 2020 no dia 29 de setembro de 2020 (ver certificado no anexo A).
- Participação no curso *Produção editorial de livros*, oferecido pela Fundação CECIERJ e pelo Instituto Federal do Rio de Janeiro no período de 28 de setembro a 31 de outubro de 2020, com carga horária de 60h (ver certificado no anexo B).
- Participação, como monitora, da I Semana da Linguística (I SeL), realizada no período de 2 a 6 de novembro de 2020, com carga horária de 30h (ver certificado no anexo C).
- Participação, na modalidade ouvinte, das seguintes atividades da I Semana da Linguística (I SeL), realizada no período de 2 a 6 de novembro de 2020: *Comunicações orais: Ensino* (carga horária: 1h, ver certificado no anexo D), *Linguística Popular/Folk Linguistics saberes linguísticos de meia tigela?* (carga horária: 1h, ver certificado no anexo E), *A voz do povo uma longa história de discriminações* (carga horária: 1h, ver certificado no anexo F), *Meme tem sentido? Reflexões semióticas sobre os memes* (carga horária: 1h30min, ver certificado no anexo G), *Linguística, divulgação científica e popularização da ciência* (carga horária: 2h, ver certificado no anexo H), *Mesa de egressos* (carga horária: 2h, ver certificado no anexo I), *Senta lá que vem história: trajetórias, experiências e desafios no ensino de PLE* (carga horária: 2h, ver certificado no anexo J).
- Apresentação da comunicação oral intitulada *O espaço associado e a produção de valor um estudo acerca do BTS e seu papel na publicação da saga de livros Map of the Soul, de Murray Stein* na I Semana da Linguística (I SeL) no dia 6 de novembro de 2020 (ver certificado no anexo K)
- Participação, na modalidade ouvinte, do debate online *Plataformização da cultura #9: letramentos transmídia na era da plataformização da cultura*, ministrado pelas Profas. Dra. Diana Luz Pessoa de Barros (USP/UPM), Dra. Mariana Luz Pessoa de Barros (UFSCar), Dra. Gabriela Borges (UFJF) e Dra. Naiá Sadi Câmara (Unaerp/UniFACEF) e realizado em 7 de novembro de 2020, com carga horária de 2h (sem certificado).
- Participação, na modalidade ouvinte, na live “Mídium e mundos éticos: considerações sobre a técnica e o discurso”, ministrada pela Profª. Dra. Luciana Salazar Salgado

(UFSCar) e realizada em 12 de novembro de 2020 no âmbito do Círculo de Estudos do Discurso - CED, com carga horária de 1h30min (sem certificado).

- Participação, na modalidade ouvinte, na defesa de trabalho de conclusão de curso de Luiza Werlang, intitulado *Aura: experiência de compra para 2050*, e realizado, de modo remoto, no dia 17 de novembro de 2020.
- Participação, na modalidade ouvinte, do debate online *Plataformização da cultura #10: plataformização da literatura - E-lit e a produção literária em meio digital*, ministrado pelas Profas. Dra. Andréa Catrópa (UFU), Dr. Vinicius Carvalho Pereira (UFMT) e Dra. Rejane Rocha (UFSCar), e realizado em 21 de novembro de 2020, com carga horária de 2h (ver certificado no anexo L).
- Participação, na modalidade ouvinte, na defesa de trabalho de conclusão de curso de Kimberly Mello, intitulado *Projeto transmídia: Instar - Uma vida digital*, e realizado, de modo remoto, no dia 8 de dezembro de 2020.
- Apresentação da comunicação oral intitulada *Os efeitos da publicação serializada em romances seriados e em narrativas transmídia* no Seminário Paratópicos PPGLit-UFSCar no dia 14 de dezembro de 2020 (ver certificado no anexo M).
- Participação, na modalidade ouvinte, do Seminário Paratópicos PPGLit-UFSCar, realizado nos dias 14 e 15 de dezembro de 2020, com carga horária de 6h (ver certificado no anexo N).
- Participação, na modalidade ouvinte, da live *Quero revisar. Por onde começar?*, ministrada por Carolina Machado e realizada no dia 26 de fevereiro de 2021, com carga horária de 2h (ver certificado no anexo O)
- Participação, na modalidade ouvinte, da live de lançamento do livro *Sobre a pandemia: experiências, tempos e reflexões*, ministrada por Marcia Couto, Gustavo Tarelow, Mariana Nada, André Mota e Marco Akerman e realizada no dia 5 de março de 2021, com carga horária de 1h30min (sem certificado).
- Participação na oficina *Práticas transmídia: linguagens convergentes e construção de mundos*, oferecida pelo I Seminários e Oficinas em Linguagens (I SOL), do Programa de Pós-Graduação em Linguística da UFSCar, nos dias 26 e 28 de abril de 2021, com carga horária de 6h (ver certificado no anexo P).
- Participação, na modalidade ouvinte, no Intercenas 2021, realizado nos dias 5 e 6 de maio de 2021 com carga horária de 5h (ver certificado no anexo Q).
- Participação, na modalidade ouvinte, na conferência *Injunções e apagamentos na comunicação científica*, ministrada pela Profa. Dra. Luciana Salazar Salgado

(UFSCar) e realizada no dia 14 de maio de 2021, com carga horária de 2h (ver certificado no anexo R).

- Participação, na modalidade ouvinte, na defesa de Tese de Doutorado de Ana Elisa Ferreira, intitulada *Capitalismo de vigilância e produção de subjetividade por meio de algoritmos: uma análise discursivo-mediológica*, e realizada, de modo remoto, no dia 27 de maio de 2021.
- Participação, na modalidade ouvinte, da mesa *Literatura brasileira: outras vozes*, realizada no dia 29 de maio de 2021 com carga horária de 2h (certificado ainda não disponível).
- Apresentação da defesa de Trabalho de Conclusão de Curso intitulado *BTS Universe: um estudo do espaço associado em uma narrativa transmídia*, e realizada, de modo remoto, no dia 25 de junho de 2021.
- Apresentação de painel intitulado *Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe* no 68º Seminário do GEL, realizado nos dias 5 a 9 de julho de 2021 (certificado ainda não disponível, ver carta de aceite no anexo S).

Lista das publicações resultantes do auxílio no período a que se refere o Relatório Científico e cópia das primeiras páginas

- Publicação do resumo da apresentação intitulada *O espaço associado e a produção de valor: um estudo acerca do BTS e seu papel na publicação da saga de livros Map of the Soul, de Murray Stein* nos Anais da I SeL, publicada em 2021. O resumo está disponível pelo link (p. 19): <https://www.sel.ufscar.br/anais2020/view>.

19

O ESPAÇO ASSOCIADO E A PRODUÇÃO DE VALOR: UM ESTUDO ACERCA DO BTS E SEU PAPEL NA PUBLICAÇÃO DA SAGA DE LIVROS MAP OF THE SOUL, DE MURRAY STEIN

Karen Naomi Aisawa (UFSCar)

RESUMO

Em dezembro de 2018, a Big Hit Shop, loja oficial da Big Hit Entertainment, empresa que gerencia o septeto de música pop sul-coreano BTS, colocou à venda a versão coreana do livro Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução, do pesquisador Murray Stein. Posteriormente, descobriu-se que tal obra foi a base para o primeiro álbum da trilogia Map of the Soul, o Map of the Soul: Persona. Em março de 2019, o trailer do álbum, intitulado Intr: Persona, foi lançado. Após esse evento, Stein foi convidado a participar de diversas entrevistas, bate-papos e podcasts com os fãs do grupo, eventos nos quais foi chamado a discutir os conceitos do psicólogo Carl Gustav Jung que foram mobilizados pelo BTS. Assim, a referência do septeto à obra do pesquisador, vinte anos após sua primeira publicação, atribuiu-lhe nova circulação, levando-a, inclusive, a integrar a lista de best-sellers da Amazon. Posteriormente, após o lançamento do álbum, o autor publicou um novo livro, intitulado Map of the Soul - Persona: Our many faces e dedicou-o ao BTS. Esse feito se repetiu na ocasião do lançamento do segundo álbum da trilogia, intitulado Map of the Soul: 7, em fevereiro de 2020, que continha as canções Interlude: Shadow e Outro: EGO, referenciando outros dois conceitos da teoria junguiana. Essas canções, por sua vez, deram origem a outros três livros escritos por Murray Stein: Map of the Soul - Shadow: Our Hidden Self, Map of the Soul - Ego: I Am e Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS. Considerando esse cenário, propomos, para esta apresentação, uma breve reflexão acerca das noções de espaço canônico e espaço associado, as quais foram formuladas pelo linguista francês Dominique Maingueneau. Para ele, o conceito de espaço canônico diz respeito àquilo que é reconhecido como material autoral, isto é, como obra, e o espaço associado diz respeito à vida pública que sustenta essa obra: por onde e por que meios circula, os modos de retomada e referência, em suma, é o espaço da produção de rumor público e, conseqüentemente, da produção do valor da obra. É a relação entre esses espaços que nos interessa aqui, pois nos permite considerar a complexidade sistêmica do mercado editorial e suas decorrências na produção cultural. Destacamos, por fim, que o conteúdo da presente apresentação constitui apenas um recorte de nossa pesquisa principal, intitulada "Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe".

Palavras-chave: Análise do Discurso; BTS; Espaço associado; Map of the Soul; Produção de valor.

- Publicação do resumo do painel intitulado *Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe* no Caderno de Resumos do 68o. Seminário do GEL, publicado em 2021. O resumo está disponível pelo link (p. 850-851): <https://www.gel.org.br/eventos/seminrio-2021/caderno-de-resumos-68-seminrio-do-gel>.



Painéis
Análise do discurso

fazem esse objeto se conectar a um interdiscurso pertencente ao gótico. Deste modo, mostraremos as morais de Perrault em contraste com as características de texto, paratexto e sua inscrição material assinados por López, evidenciando esse deslizamento de sentido que produz dois discursos diferentes quanto à visão da mulher, que se torna tema central da obra. (Pesquisa financiada pela FAPESP – Processo: 2020/10767-0)

Palavras-chave: perspectiva discursivo-midiológica; enunciado; objeto editorial.

Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe

Autoria: KAREN NAOMI AISAWA

Nesta pesquisa, propusemo-nos a analisar o objeto editorial conhecido como BTS Universe (BU), uma narrativa fictícia que figura sob a autoria do grupo de pop sul-coreano BTS juntamente com a empresa que o gerencia, a Big Hit Entertainment. Em andamento desde 2015, o enredo converge em si uma série de materiais de diferentes gêneros discursivos e espalhados em diferentes plataformas (sejam elas on-line ou não), caracterizando o que nós tomamos como uma narrativa transmídia, isto é, uma narrativa multiplataforma de caráter expandido, disperso e que enseja engajamento de uma ampla comunidade produtora de conteúdos derivados que se incorporam à trama, complexificando-a. Ademais, além dos materiais que figuram sob a autoria do grupo/empresa, o BU também incorpora em sua narrativa elementos e referências de obras que fogem à sua autoria, sem mencionar as inúmeras teorias formuladas pelos fãs e publicadas nas redes sociais, que são essenciais para a construção desse tipo de criação multiplataforma. Assim, dada a quantidade e a diversidade dos materiais que constroem essa narrativa transmídia e as diversas autorias que ela engloba, nos perguntamos: o que, afinal, constitui o espaço canônico, isto é, a obra tida como autoral, e o que constitui o espaço associado, isto é, a vida editorial e social da obra (os meios pelos quais circula, suas retomadas, o processo de sua concepção), considerando, principalmente, os diversos casos de autoria



mobilizados na construção da narrativa transmídia? Obras de autorias diversas que não são do grupo ou da empresa, como, por exemplo, *Demian*, de Hermann Hesse, tomada como inspiração direta para a constituição de uma das fases da história, e as teorias do *fandom*, desdobradas em mídias como vídeos, textos-análise, etc., são parte do espaço canônico, da obra autoral do grupo, ou são parte do espaço associado, que remete à obra autoral e gene, desse modo, a autoria do grupo e da empresa? Para responder a essas questões, baseamo-nos no quadro dos estudos de Dominique Maingueneau sobre o discurso literário como um discurso constituinte, aliado aos fundamentos da midiologia pensada por Debray, para estudar dois materiais de autoria do grupo/empresa, três obras de autoria de terceiros, referenciadas menos ou mais diretamente na narrativa, e três teorias de autoria dos fãs.

Palavras-chave: espaço associado; mídiun; narrativa transmídia.

Representação discursiva da situação de rua no jornal *Correio Braziliense* (2014-2018) com foco em ações e políticas públicas

Autoria: LARISSA COSTA SILVA

Neste trabalho, investigamos a representação de pessoas em situação de rua nas notícias veiculadas na plataforma on-line do *Correio Braziliense* entre os anos 2014 e 2018. A apropriação de textos jornalísticos para análise discursiva apoia-se na concepção da linguagem como um processo produtivo que, dispondo de largo alcance, influi na maneira como vemos o outro. O corpus de pesquisa concentra 84 notícias que tematizam ações e políticas públicas sobre (para) a população em situação de rua. Para isso, consideramos a Análise de Discurso Crítica como aporte teórico adequado no estudo do corpus, pois é uma abordagem interdisciplinar que compreende as práticas sociais no discurso e averigua a relação particular entre a linguagem e a sociedade. Com o software NVivo 11 como ferramenta de codificação e apoio para a pesquisa qualitativa, mapeamos as notícias e exploramos amplamente os textos. O recorte analítico escolhido objetiva a reflexão da percepção social sobre a situação de rua e

Lista dos trabalhos preparados ou submetidos (e ainda não aceitos, pois os aceitos devem estar listados no item 10) para publicação, acompanhada de cópias destes trabalhos.

Não há, por ora, nenhum trabalho submetido para publicação. Um artigo em co-autoria com a orientadora está sendo elaborado, a partir das noções de cibercultura e cultura digital, e deverá ser submetido a periódico qualificado até fevereiro de 2022.

Materiais analisados

EPIPHANY. Direção de YongSeok Choi. Seul: Big Hit Entertainment, 2018. 1 vídeo (4min21s). Disponível em: <https://youtu.be/flkZOLsnoqY>. Acesso em: 3 maio 2021.

HESSE, Hermann. **Demian**. Trad. Ivo Barroso. 44. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

STEIN, Murray. **Jung: O Mapa da Alma: Uma introdução**. 1. ed. [S.l.]: Cultrix, 2000.

TEORIAS Conceito 화양연화 - BTS. **Cidade KPOP**, ago. 2016. Disponível em: <https://cidadekpop.blogspot.com/2016/08/teorias-conceito-bts.html>. Acesso em: 3 maio 2021.

TESTESSO. **Smeraldo Flower Shop**. Disponível em: <https://blog.naver.com/testesso>. Acesso em: 3 maio 2021.

Referências

CHIEREGATTI, Amanda Aparecida. **Mídium e gestão dos espaços canônico e associado nas plataformas colaborativas Wattpad e Widbook**. 241 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP, 2018.

DEBRAY, Régis. **Curso de Midiologia Geral**. Trad. Guilherme João de Freitas. Petrópolis: Vozes, 1991.

DEBRAY, Régis. **Transmitir: o segredo e a força das ideias**. Trad. Guilherme João de Freitas. Petrópolis: Vozes, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2015.

KRIEG-PLANQUE, Alice. **Por uma análise discursiva da comunicação: a comunicação como antecipação de práticas de retomada e de transformação dos enunciados**. Trad. Luciana Salazar Salgado. 2010. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4452793/mod_resource/content/1/Alice%20KRIEG-PLANQUE.%20Por%20uma%20an%C3%A1lise%20discursiva%20da%20comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 7 nov. 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso literário**. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. Trad. Luciana Salgado. *In*: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana Salazar (orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Ática, 2008a, p. 11-32. Disponível em: <https://www.editoracontexto.com.br/produto/ethos-discursivo/1496815>. Acesso em: 7 nov. 2020.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Trad. Sírio Possenti; Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2008b.

MAINGUENEAU, Dominique. Retorno crítico à noção de ethos. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 321-330, jul.-set. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/32914>. Acesso em: 27 abr. 2021.

MITTEL, Jason. Sites of participation: Wiki fandom and the case of Lostpedia. **Transformative Works and Cultures**, n. 3, 2009. Disponível em: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/118/117>. Acesso em: 20 out. 2020.

SALGADO, Luciana Salazar; DELEGE, Marina. Mundo ético e mídiuim: uma cenografia paulistana para a ciência brasileira. **Letras de Hoje**, v. 53, n. 3, p. 374-385, jul.-set. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/3095>. Acesso em: 7 nov. 2020.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. São Paulo: EDUSP, 1996.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

PINTO, Pedro Alberto Ribeiro. **Mídiuim e gestão da paratopia criadora: o trabalho inscricional do Clube Atlético Passarinheiro**. 2018. 136 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, 2018. Disponível em: https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10066?locale-attribute=pt_BR. Acesso em: 7 nov. 2020.

ANEXO A - Certificado de apresentação nos Seminários Comunica 2020



Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Departamento de Letras



certificado

O **Grupo de Pesquisa Comunica - inscrições linguísticas na comunicação** certifica para os devidos fins que

Karen Naomi Aisawa

apresentou trabalho em formato de vídeo no dia 29 de setembro de 2020, entre as 18h e as 20h, nos Seminários do Grupo de Pesquisa Comunica 2020, organizados por este Grupo de Pesquisa e realizado de forma remota nos dias 29 de setembro, 27 de outubro e 24 de novembro de 2020 na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).

São Carlos, 2 de dezembro de 2020

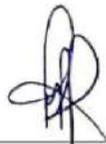
Profª. Dra. Luciana Salazar Salgado
Coordenadora

Prof. Dr. José de Souza Muniz Júnior
Coordenador

ANEXO B - Certificado do curso de Produção Editorial de Livros

CERTIFICADO

Certificamos que KAREN NAOMI AISAWA participou do(a) Produção Editorial de Livros, durante o período de 28/09/2020 a 31/10/2020, com carga horária de 60 hora(s).



Fabiane R. L. Moreira
Diretora Polo Cederj/UNIS Nova Iguaçu
ID Funcionat: 42848113

Prof. Ms. Fabiane Moreira
Coordenadora de curso | CEDERJ



Prof. Dr. Tomás Coelho Garcia
Coordenador de Curso | IFRJ



Fundação
CECIERJ



**INSTITUTO
FEDERAL**
Rio de Janeiro

ANEXO C - Certificado de monitoria na I SeL



SeL
I Semana da Linguística da UFSCar
02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou na modalidade de **monitor(a)** durante a I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente nos dias 2 a 6 de novembro de 2020, com carga horária de trinta horas (30h).

São Carlos, 23 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO D - Certificado de Comunicações orais: Ensino, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou da palestra **Comunicações orais: Ensino**, ministrada por **Ruan Souza e Letícia Tizioto** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 3 de novembro de 2020, das 14h00 às 15h, com carga horária de uma hora (1h).

São Carlos, 23 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vínicio de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO E - Certificado de Linguística Popular/Folk Linguistics saberes linguísticos de meia tigela?, na I SeL



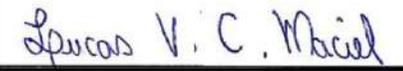
SeL
I Semana da Linguística da UFSCar
02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou do momento literário sobre o livro **Linguística Popular/Folk Linguistics: saberes linguísticos de meia tigela?**, ministrado pelos **Prof. Dr. Marcelo Gonçalves, Prof. Dr. Roberto Baronas e Profa. Dra. Tamires Conti** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizado digitalmente no dia 5 de novembro de 2020, das 10h às 11h, com carga horária de uma hora (1h).

São Carlos, 21 de dezembro de 2020




Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO F - Certificado de A voz do povo uma longa história de discriminações, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou do momento literário sobre o livro **A voz do povo: uma longa história de discriminações**, ministrado pelo **Prof. Dr. Carlos Piovezani** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 4 de novembro de 2020, das 16h30 às 17h30, com carga horária de uma hora (1h).

São Carlos, 08 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO G - Certificado de Meme tem sentido? Reflexões semióticas sobre os memes, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou da palestra **Meme tem sentido? reflexões semióticas sobre os memes**, ministrada pela **Profa. Dra. Mariana Luz Pessoa de Barros** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 6 de novembro de 2020, das 14h às 15h30, com carga horária de uma hora e trinta minutos (1h30min).

São Carlos, 27 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO H - Certificado de Linguística, divulgação científica e popularização da ciência, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou da roda de conversa **Piqueling** de tema **Linguística, divulgação científica e popularização da ciência**, com os convidados do Babel Podcast **Bruno Guide e Cecília Farias** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 5 de novembro de 2020, das 18h às 20h, com carga horária de duas horas (2h).

São Carlos, 23 de novembro de 2020

Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO I - Certificado de Mesa de egressos, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou da atividade de **mesa de egressos**, ministrada por **Andressa Zacarias, Marina Vieira, Pamela Rosin, Pedro Alberto Ribeiro Pinto e Vália Vieira** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 6 de novembro de 2020, das 10h às 12h, com carga horária de duas horas (2h).

São Carlos, 23 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO J - Certificado de Senta lá que vem história: trajetórias, experiências e desafios no ensino de PLE, na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** participou da mesa-redonda **Senta lá que vem história: trajetórias, experiências e desafios no ensino de PLE**, ministrada pelas **Profa. Dra. Helena Boschi, Profa. Dra. Lígia Sene e Profa. Dra. Viviane Bagio Furtoso** na I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 5 de novembro de 2020, das 15h30 às 17h30, com carga horária de duas horas (2h).

São Carlos, 23 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO K - Certificado de apresentação na I SeL



SeL

I Semana da Linguística da UFSCar

02 a 06 de novembro de 2020

CERTIFICADO

Certificamos que **Karen Naomi Aisawa** apresentou o trabalho “**O espaço associado e a produção de valor: um estudo acerca do BTS e seu papel na publicação da saga de livros Map of the Soul, de Murray Stein**” na modalidade de **comunicação oral** durante I Semana da Linguística da UFSCar (SeL), realizada digitalmente no dia 6 de novembro de 2020.

São Carlos, 23 de novembro de 2020



Lucas V. C. Maciel

Prof. Dr. Lucas Vinício de Carvalho Maciel
Coordenador do Curso de Bacharelado em Linguística



ANEXO L - Certificado de Plataformização da cultura #10

Acesse <https://doity.com.br/validar-certificado> para verificar se este certificado é válido. Código de validação: R00RRZU



ANEXO M - Certificado de apresentação no Seminário Paratópicos



CERTIFICADO

Certificamos que

KAREN NAOMI AISAWA

ministrou a palestra **Os efeitos da publicação serializada em romances seriados e em narrativas transmídia** durante o **Seminário Paratópicos PPGLit-UFSCar**, no dia **14/12/2020**, via YouTube, pelo canal Amanda Moura Editorial.



AMANDA MOURA

Organizadora
e participante



WILSON ALVES-BEZERRA

Coordenador
do PPGLit - UFSCar

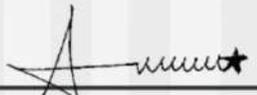
ANEXO N - Certificado de ouvinte do Seminário Paratópicos



CERTIFICADO

Certificamos que
Karen Aisawa

participou como ouvinte do Seminário **Paratópicos PPGLit-UFSCar** entre os dias **14/12/2020** e **15/12/2020**, com duração total de **seis horas**, via YouTube, pelo canal Amanda Moura Editorial.



AMANDA MOURA

Organizadora
e participante



WILSON ALVES-BEZERRA

Coordenador
do PPGLit - UFSCar

ANEXO O - Certificado de ouvinte da live Quero revisar. Por onde começar?

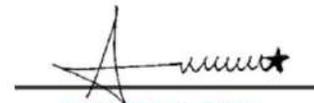


CERTIFICADO DE PARTICIPAÇÃO

Certifico que

Karen Naomi Aisawa

participou como ouvinte do encontro virtual **Quero revisar. Por onde começar?**, com a convidada **Carolina Machado**, em 26/02/21, com duração de duas horas, transmitido ao vivo, via YouTube, pelo canal Amanda Moura Editorial.



AMANDA MOURA

ANEXO P - Certificado da oficina de Práticas transmídia, no I SOL



A Comissão Organizadora do **I S.O.L. UFSCar** certifica que Karen Naomi Aisawa participou da **OFICINA A - PRÁTICAS TRANSMÍDIA: LINGUAGENS CONVERGENTES E CONSTRUÇÃO DE MUNDOS**, ocorrida nos dias 26 e 28 de abril de 2021, das 15:00 às 17:00, totalizando **6 horas de atividade**.

Prof. Dr. Dirceu Cleber Conde
DL/PPGL - UFSCar

Prof. Me. Yan Masetto Nicolai
Comissão Organizadora I S.O.L.



Autenticação online em <https://linguistica.faiufscar.com/certificados/autenticar>, código S2k0ek9GZ3VJeWhOTERNMFdDeGdZR0FLWUFvPQ==



CERTIFICADO

Certificamos que

Karen Naomi Aisawa

participou como ouvinte do **Intercenas-2021** entre os dias **05 e 06/05/2021**, com duração total de **cinco horas**, via YouTube, pelo canal Amanda Moura Editorial.



CAROLINA A. O. SEIXAS LIMA
Coord. do PPGE - UFMT

LUCIANA SALAZAR SALGADO
Coord. do LABEPE - UFSCar/CEFET-MG

MARIA DA CONCEIÇÃO FONSECA-SILVA
Coord. do PPGLIN - UESB

AMANDA MOURA
Fundadora da Amanda Moura Editorial

ANEXO R - Certificado da conferência Injunções e apagamentos na comunicação científica



ANEXO S - Carta de aceite do painel, no 68º Seminário do GEL



**GRUPO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS
DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Carta de Aceite

AUTOR(ES): KAREN NAOMI AISAWA

TÍTULO DO TRABALHO: Mídium e mundo ético: um estudo das relações entre espaço canônico e espaço associado na criação multiplataforma do BTS Universe

MODALIDADE: Painel

Luiz André Neves de Brito