

Estudo de comportamento: por trás da indumentária e influência BTS

Behavior Study: Behind BTS clothes and Influence
<https://doi.org/10.51359/2763-7425.2022.253757>

Leonia Mirelly Profiria da Silva

Graduanda, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE, Brasil
leonia.mirelly@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0002-0337-3166>

Mariana de Sá Miranda Costa

Graduanda, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE, Brasil
mariana.smcosta@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0003-1715-8712>

Priscilla Rafaella Torres da Silva

Graduanda, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE, Brasil
priscilla.tsilva@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0002-5033-4610>

RESUMO

O presente artigo possui como metodologia a pesquisa bibliográfica que reflete, através do embasamento teórico, a identificação da transição visual, especificamente, das principais vestimentas do grupo BTS ao longo da carreira. Nesse viés, a primeira parte é marcada por essa observação através dos MV's em destaque no período de tempo de 2013-2021. Ressalta-se que o método utilizado para realizar o exposto é pautado na perspectiva do autor Penn (2008) com o texto "A análise semiótica de imagens paradas". Já na segunda parte há o reflexo prático da influência comportamental do grupo musical no âmbito da moda e do consumo. Para isso, utilizou-se o método do questionário para conferir esses reflexos no cotidiano dos fãs. Com isso, o levantamento das 35 respostas está organizado em 03 gráficos de barras e 01 tabela. Logo, a pesquisa alcança tanto a real e importante evolução indumentária quanto como os integrantes conseguem influenciar o consumo no âmbito da moda.

Palavras-chave: design; moda; BTS; consumo; comportamento; fandom.

ABSTRACT

This article uses bibliographical research as a methodology as a theoretical basis to identify the visual transition, specifically, of the main clothing of the BTS group throughout their career. In this bias, the first part is marked by this observation through the MV's highlighted in the time period 2013-2021. It is noteworthy that the method used to carry out the above is based on the perspective of the author Penn (2008) with the text "The semiotic analysis of still images". In the second part, there is a practical reflection of the musical group's behavioral influence in the scope of fashion and consumption. For this, the questionnaire method was used to check these reflections in the daily lives of fans. Thus, the survey of 35 responses is organized into 03 bar graphs and 01 table. Therefore, the research reaches both the real and important evolution of clothing and how the members manage to influence consumption in the field of fashion.

Keywords: design; fashion; BTS; consumption; conduct; fandom.

INTRODUÇÃO

Em primeiro plano, antes de se adentrar no conteúdo principal do artigo se destaca as raízes do grupo musical na indústria do gênero K-pop. Nesse viés, em meados de 2013, houve a estreia do BTS, os “escoteiros à prova de balas” que escolheram a gravadora Big Hit Entertainment para impulsionar o primeiro feito realizado. Os sete integrantes(RM, Jin Suga, J-Hope, Jimin, V e Jungkook) refletem o fenômeno do século XXI através da escrita de letras que abordam as diversas realidades da geração atual tanto pela visão social quanto pela retratação de conflitos internos.

No tocante ao âmbito vestimentar há um destaque tanto na evolução estética ao longo dos 08(oito) anos de carreira quanto a influência na sistemática consumista mundial. “O indivíduo para se sentir confortável em um grupo deve compartilhar dos seus significados, da sua língua, das suas roupas e dos seus hábitos” (MIRANDA, 2008, p. 26). Ressalta-se o âmbito da semiótica como eixo principal para refletir os signos universais que o grupo leva consigo e seus inúmeros significados aclamados pelo fandom “ARMYS”. Nesse viés, as vestimentas que o grupo usa tem uma carga de simbologia oculta que normalmente pode ser dissecado pelo olhar da área explorando várias vertentes e linhas de raciocínio para o intérprete.

Utiliza-se a semiótica como base central para se entender os conceitos e signos presentes na indumentária e discografia do grupo. Dessa maneira, há a possibilidade de entender como isso reflete, de forma direta ou indireta, o comportamento social. A identidade e os signos que formam a essência do grupo são elementos que se modificam e, principalmente, amadurecem ao longo da carreira. Destaca-se que com o intuito explicativo, importa-se citar as duas principais concepções, trazidas pela semiótica, a denotação e a conotação. O primeiro ponto citado está relacionado com uma associação própria do objeto analisado pelo intérprete, ou seja, o signo linguístico é entendido em um sentido real. Em um viés exemplificativo, entende-se que ao decifrar denotativamente a cor verde em um sinal de trânsito, tem-se como resultado interpretativo a relação de permissão. Já o âmbito conotativo, demonstra-se uma ampliação na decifração, isto é, há uma abordagem indireta e subjetiva de um determinado significado.

IDENTIFICAÇÃO DA TRANSIÇÃO VISUAL DO BTS ATRAVÉS DOS PRINCIPAIS MV'S (2013-2021)

A construção do percurso do estilo BTS será fundamentada nos conhecimentos da área que estuda os signos, a semiótica. Nesse viés, através do texto intitulado como “Análise semiótica de imagens paradas” da Gemma Penn (in: BAUER, 2008) há a possibilidade de identificar essa transição por meio do sentido tanto conotativo quanto denotativo. É válido abordar que há a formação de áreas relacionadas às temáticas do grupo e, consequentemente, o sentido vestimentar se encaixa em um perfil de constante mudanças a cada período delimitado. Com isso, a estruturação do texto citado será válido para a construção das seguintes etapas, já explicadas, de identificação visual: a escolha do material, o aspecto denotativo e o conotativo.

MV “NO MORE DREAM” (2013-2014)

O videoclipe que será abordado se torna, de princípio, um acontecimento especial pois representa o primeiro do grupo musical. Nesse sentido, antes de se adentrar na abordagem propriamente dita, é válido ressaltar que em meados do ano de 2010 o objetivo principal do grupo era alcançar o universo do gênero hip hop. Com isso, a influência do ritmo está diretamente interligada com o MV “No More Dream”. A letra de estreia faz uma abordagem da realidade juvenil perante o ideal dos sonhos e, principalmente, a pressão emocional no tocante tanto ao âmbito familiar quanto à própria sistemática social.

Figura 01: vestimenta utilizada no clipe “No More Dreams” (2013-2014)



Fonte: Página “we heart it”. <<https://weheartit.com/articles/299504401-bts-no-more-dream-lyrics-1-korean>>

Pode-se notar, pelo olhar denotativo, que os integrantes utilizam vestimentas típicas do estilo musical momentâneo. Logo, destacam-se as regatas, os meiões brancos e pretos, a máscara facial formada por detalhes de metal. Além disso, pontua-se ainda às pulseiras, anéis, o óculos, o boné e a touca como os principais adereços do conjunto geral. “As linguagens do corpo e da roupa originam articulações com outras linguagens constitutivas do plano da expressão, como a cinética, com os deslocamentos que formam a dinâmica rítmica, a gestualidade” (OLIVEIRA, 2020, p. 15). Com base na afirmação exposta, observa-se um âmbito conotativo marcado pela figura ousada e enfática refletida no meio comportamental do grupo. Logo, as roupas típicas do hip hop transmitem não só a essência do clipe mas também marcam as raízes do grupo e o início do sucesso. Outro ponto de abordagem está posto na paleta de cores, ou seja, a predominância de tons contrastantes, como o preto e o branco. Nesse sentido, observa-se que a maquiagem dos integrantes também faz parte do estilo gótico e ousado, que é a essência principal dessa era.

MV “DNA” (2017-2018)

No tocante ao contexto do grupo no período delimitado é válido ressaltar que o grupo musical vivenciou um crescimento que foi consequência do lançamento de três álbuns em um único ano, o sétimo álbum japonês “Face yourself” e ainda o “love yourself: ‘tear’ ” e, por fim, “love yourself: ‘answer’ ” no âmbito da escala mundial. Com isso, há o destaque para o alcance de dois álbuns na primeira colocação na Billboard 200 e a ampliação da imagem internacional do próprio grupo. Após pontuar as principais vivências do grupo no ano de 2018, destaca-se a primeira imagem que reflete o MV (Multiple Virtual Storage - Armazenamento Virtual Múltiplo) “DNA” lançado nas plataformas no período de 2017-2018 e é a base para a identificação das etapas citadas no parágrafo anterior.

Figura 02: imagem do clipe “DNA”



Fonte: Página do “Bangtan Brasil”. Disponível em: <<https://bangtan.com.br/reis-do-youtube-dna-alcanca-500-milhoes-de-visualizacoes/>> Acesso em: 22 nov. 2021.

De início, ressalta-se que o videoclipe aborda a analogia entre o amor e a estrutura química, o DNA. Nesse viés, durante todo o MV a letra busca ressaltar uma relação entre duas pessoas em que há o entrelaço sentimental tão forte quanto a própria forma da molécula. Com isso, a coreografia e o visual cinematográfico são construídos a partir da intenção de retratar a mistura e intensidade de sentimentos. No tocante ao aspecto denotativo, identifica-se que as sete figuras jovens masculinas estão posicionadas com o olhar para frente. Com isso, percebe-se que o âmbito vestimental é composto por calças estilo jeans e a maioria dos integrantes (06) estão usando o conjunto camisa por baixo de jaquetas que variam entre o material jeans, o tecido, as lantejoulas e a presença do veludo. Ao olhar para os calçados, nota-se que os componentes do grupo preferiram o uso de tênis no estilo esportivo. Por fim, há também a identificação denotativa na tonalidade dos trajes, ou seja, a predominância de tonalidades quentes como o vermelho, o azul, o amarelo e também o contraste com o branco.

A abordagem conotativa é interpretada através do sentido entre os trajes e a ideia central do videoclipe. “ À roupa ainda se somam os adereços e acessórios, o cabelo e a maquiagem - elementos que envolvem a construção da aparência, da subjetividade e da identidade” (OLIVEIRA, 2020, p. 09). Com base no sentido exposto, ao se trazer para a realidade da era 2017-2018, especificamente, com o MV “DNA”, entende-se que a variedade das vestimentas durante todo o clipe transmite a percepção de movimento. Além disso, as diferentes peças

buscam se conectar tanto com a linguagem corporal através da coreografia quanto com o sentido do que está sendo cantado.

Figura 03: imagem do clipe “DNA”



Fonte: Página do “el comercio”. Disponível em: <<https://elcomercio.pe/luces/musica/bts-proyeccion-destacada-pagina-oficial-grammy-noticia-463166-noticia/?ref=ecr>> Acesso em: 22 de novembro de 2021.

Diante da figura 02, pode-se observar os signos presentes na paleta de cores não só no conjunto do videoclipe mas também nos trajes do BTS. Nota-se que a primeira figura destacada aborda vestuários concentrados em tonalidades quentes(vermelho, amarelo, laranja) e no mesmo espaço de tempo há a segunda imagem com cores frias (predominantemente o azul). Logo, compreende-se que a intensidade emotiva destacada na letra como no seguinte trecho traduzido para o português: “Toda vez que eu a vejo, eu fico impressionado /É tão estranho/Eu continuo ofegante/Talvez seja essa a emoção que eles chamam de amor” (PDOGG, 2017) marca o signo que os integrantes passam através da forma que a vestimenta é utilizada.

MV “BLACK SWAN” (2020)

O ano de 2020 foi um divisor de água para o grupo ao serem indicados na categoria “best duo performance pop” no Grammy. Outro ponto relevante foi o 7º aniversário de debut que marcou o lançamento do álbum “map of the soul: 7”, onde trouxe uma aura madura em que há uma análise da alma humana. Nota-se também que as letras são postas de uma maneira impactante e significativa onde se transmite, em uma visão geral, os sentimentos dos próprios

membros. A versão “Black swan”, por exemplo, aborda a importância artística abordando o medo do artista em perder a paixão pela música. Nesse viés, os integrantes conseguem construir melodias pautadas, muitas vezes, na transparência das vivências, como também está posto nos seguintes trechos, “[...] apenas a batida do meu coração pulsa lentamente no meu ouvido[...]” e “[...] não há nada que possa me engolir, eu grito com toda a minha força [...]”.

Para trazer essa atmosfera de escuridão que o eu lírico sente e reflete nos trechos anteriores, pontua-se que o MV em questão é construído tanto no sentido simbólico do clipe quanto nas indumentárias usadas pelos integrantes. Logo, as camisas de seda pura, a retratação do couro e a alfaiataria extremamente arrojada fazem parte dos *looks* compostos ao longo da *performance*.

Figura 4: Imagem do clipe “Black swan”



Fonte: YouTube canal “Hybe labels”. Disponível em <<https://www.youtube.com/c/HYBELABELS>>

Acesso em: 22 de novembro de 2021.

Diante da figura 04, visualizamos os signos presentes tanto em nas representações das vestimentas quanto na ambientação. A composição da paleta de cores é marcada pelo contraponto entre a tonalidade sombria e o branco. Por conseguinte, observa-se que a última cor pontuada é formada por inúmeros significados, entre eles, a pureza, a humildade, a simplicidade e o perfeccionismo. É válido destacar que há uma analogia com a obra de ballet “O lago do cisne/ Tchaikovsky Pytor (1877)”, um espetáculo que reflete a luta entre o bem e o mal e, conseqüentemente, é através das vestimentas que há a visualização da batalha interna de

cada integrante. Com isso, os passos de ballet contemporâneo são incorporados na expressão dos sentimentos.

Figura 5- imagem do espetáculo “O lago dos Cisnes”, performado por Russian Classical Ballet, 2017.



Fonte: Litoral Magazine. Disponível em: <<https://litoralmagazine.com/lago-dos-cisnes-no-centro-artes-agueda/>> Acesso em: 16 de março de 2022.

MV “BUTTER” (2021)

No ano de 2021, o BTS apresentou mais um single em inglês, butter, que conquistou inúmeros recordes importantes superando o sucesso de dynamite (2020). O título de “music of the year” no VMA 2021 (Video music awards), consagrou-se como um hit absoluto nas paradas da billboard com 05 semanas no 1º Hot 100 consolidando, assim, o auge do sucesso.

A estética de butter, transmite um ar sofisticado sem deixar de refinar a visão retrô ao se comparar com o single dynamite (2020). Nesse sentido o uso de cores como o laranja, o preto e o branco mescla com a simbologia da discoteca. Há a predominância de trajes da Versace que transmite a mistura do preto e branco juntamente com diferentes texturas para realçar cada membro. Ressalta-se ainda que o uso da alfaiataria antiga e o estilo social desconstruído, é compartilhado com a presença de roupas esportivas e confortáveis demonstrando, assim, a capacidade do grupo em transitar por conceitos distintos. O clipe faz uma busca explorar os elementos expostos para atrair o telespectador a mergulhar em um universo marcado não só por um ritmo contagiante mas também por uma letra “chiclete” e bem formulada.

Figura 6: Imagem do clipe “Butter”



Fonte: Pinterest. Disponível em: <<https://br.pinterest.com/KaelaOT7/bts-butter/>> Acesso em: 17 de dezembro de 2021.

INFLUÊNCIA BTS

A última etapa da pesquisa é marcada por uma coleta de dados para interpretar e conferir a influência do grupo no âmbito da moda e do consumo. Nesse viés, o grupo de 35 fãs foram submetidos a um questionário com 04 perguntas voltadas para o assunto em questão. Antes de observar os resultados é válido destacar as 04 indagações submetidas a eles:

Pergunta 01: “Olhando para toda a trajetória de estilo que o bts passou, você considera que de alguma foi influenciado por eles?”

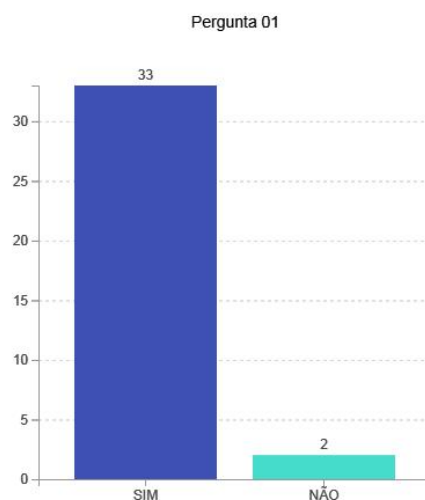
Pergunta 02: “Teve alguma era do grupo que você considera emblemática, na questão estética e de vestimenta?”

Pergunta 03: “Teve alguma peça de roupa ou item usado pelo grupo que você adquiriu ou desejava adquirir para seu guarda-roupa?”

Pergunta 04: “Considerando toda trajetória de mudança de vestimentas, discografia, visual, qual a era do BTS você mais gosta?”

Por conseguinte, com o intuito de proporcionar uma melhor identificação a construção de três gráficos barras e 01 tabela com os resultados das perguntas já expostas:

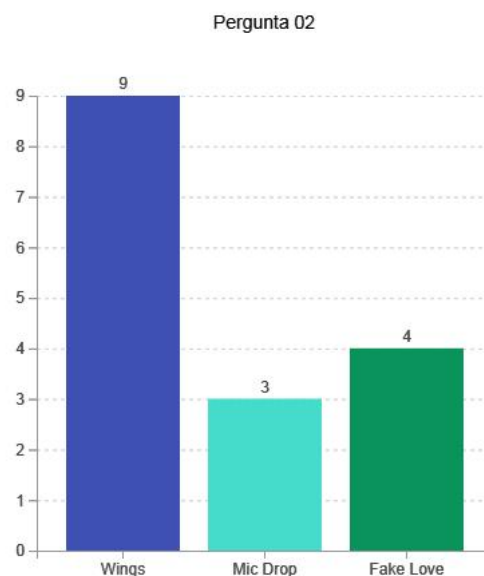
Gráfico 01



Ao observar o resultado adquirido no primeiro gráfico, associa-se à Miranda(2019) que enxerga a moda como um espelho às avessas do nosso “eu”. Nesse viés, pode-se afirmar, partindo do exposto, que há um grande impacto do grupo em que a influência BTS é encontrada tanto no jeito de vestir quanto no âmbito artístico como foi abordado neste breve estudo.

Gráfico 02

Ressalta-se que na pergunta 02 houve o levantamento das 03 eras mais citadas refletidas nas 35 respostas.



No tocante ao segundo resultado, nota-se que há mais de três eras da discografia citadas. Com isso, pontua-se que mesmo diante de estéticas distintas, ao se ter uma comparação, há um forte legado que transmite na identificação do próprio fandom. Logo, a autenticidade ao longo da carreira do grupo não é apenas uma característica marcante mas também um dos pilares da construção do sucesso deles.

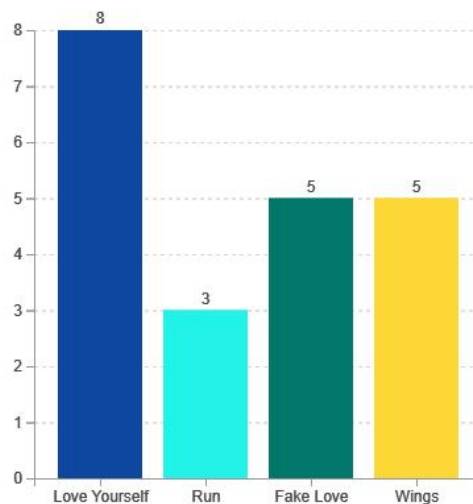
Pergunta 03: as peças mais citadas

Harness
Buckets, boinas
Pantalonas
Moletons
Blusa da Obey
Calça estilo Taehyung

O terceiro ponto aborda um breve compilado de peças que já foram utilizadas ou possuem uma ligação, direta ou indireta, com o grupo em estudo. Segundo a visão de Miranda(2019) acerca do consumo simbólico, “é difícil diferenciar produtos baseando-se em suas funções técnicas e qualificadoras”. Nesse sentido o exposto é algo intrínseco nos consumidores onde os sentidos e significados são sempre observados. Portanto, os elementos destacados na tabela são, na visão do fandom, peças tanto importantes para os próprios fãs quanto para a identidade visual do grupo. Entende-se ainda que a identificação direta com as vestimentas influenciam as escolhas dos fãs que, conseqüentemente, aderem ao uso cotidiano.

Pergunta 04 Ressalta-se que na pergunta 04 houve o levantamento das 04 eras mais citadas refletidas nas 35 respostas.

Pergunta 04



Na última abordagem, considera-se um resultado expansivo em que há a consideração de outras estéticas do grupo. Segundo Miranda (2008, p. 23), “há a base na ideia de que os produtos servem como símbolos, que são avaliados, comprados e consumidos pelo seu conteúdo simbólico”. Nesse sentido, entende-se uma forte presença das mudanças visuais, conceituais e indumentárias do grupo a partir dos dados levantados.

CONCLUSÃO

Ao se considerar tanto a base bibliográfica quanto os resultados obtidos na parte prática, conclui-se que o BTS são além de ícones da moda influenciadores diretos no âmbito de consumo. Diante disso, observa-se que o grupo conseguiu alcançar o público juvenil desde o início da carreira mesmo quando a intenção principal era se desenvolver no universo do *hip hop*.

Os quatro MV's explorados na pesquisa demonstram como, ao longo da carreira, o BTS alcançou um patamar de sucesso e influência mesmo diante de mudanças significativas em cada era. Na última parte da pesquisa, identificou-se que o grupo está diretamente interligado com a multidiversidade ao se ter uma variação de resultados observados tanto no aspecto visual quanto nas principais eras. Por fim, pontua-se que pode haver uma exploração dessa temática no âmbito científico. Sabendo disso, destaca-se como uma possível abordagem a influência indumentária e comportamental do BTS no mais recente nível geracional, a geração alpha (nascidos a partir de 2010), ou seja, como esse grupo é influenciado pelos que estão em constante mudança visual.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. 7.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

LABELS,Hybe. **No more dreams**. Youtube,11 de junho de 2013. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=rBG5L7UsUxA>> Acesso em: 21 de novembro de 2021.

LABELS,Hybe. **DNA**. Youtube, 18 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MBdVXkSdhwU>> Acesso em: 20 de novembro de 2021.

LABELS, Hybe. **Black Swan**.Youtube, 4 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0lapF4DQPKQ>> Acesso em: 17 de outubro de 2021.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de Moda: relação pessoa-objeto**.São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

OLIVEIRA, Ana Claudia. **Corpo vestido no social: contribuições da semiótica para o estudo da aparência e da identidade**. São Paulo, n.31, p.14-40, Janeiro-Abril, 2020.

PDOGG. DNA. In: V, Jeon, Park, Jin, Suga,RM e J-Hope. **Love Yourself: her**. Coreia do Sul: big hit entertainment, 2017, digital streaming.

Data de recebimento: 28/11/2021

Data de aceite: 25/01/2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>