



## LINGUAGEM – LÍNGUA E SOCIEDADE: COMO O GRUPO BTS (방탄소년단) QUEBROU AS BARREIRAS DA LÍNGUA ATRAVÉS DA LINGUAGEM<sup>1</sup>

Mylena Queiroz Cavanha de Souza<sup>2</sup> - G/UEMS

**Resumo:** Neste artigo, será analisado a influência da linguagem na sociedade, ultrapassando os limites da língua através da linha de raciocínio dos pensadores Charles Pierce e Mikhail Bakhtin, acentuando a semiótica e a linguagem verbal e trazendo como exemplo o grupo sul-coreano BTS (방탄소년단) que quebrou os padrões da cultura ocidental por meio de suas músicas e discurso linguístico, conseguindo atrair olhares do mundo todo para a importância de tratar sobre assuntos contemporâneos como os problemas da juventude, amor próprio e doenças mentais.

**Palavras-chave:** Linguagem. Cultura. BTS. Bakhtin. Pierce. Juventude.

**Abstract:** *In this article, will be analysed the influence of linguistics in society overcoming the limits of spoken language through the line of reasoning of the thinkers Charles Pierce and Mikhail Bakhtin, accentuating the semiotics and verbal language, bringing the example of the South Korean group BTS (방탄소년단) which broke the patterns of Western culture through their music and speech, being able to attract looks of the whole world to the importance of talking about contemporary issues like youth struggles, self-esteem and mental health.*

**Keywords:** *Language. Culture. BTS. Bakhtin. Pierce. Youth.*

### Introdução

Com a globalização e o poder econômico americano, o inglês se tornou a língua mais influente do mundo para fins políticos, o que conseqüentemente atingiu os padrões do mercado de trabalho e o que a população em geral consome como produto de entretenimento e consumo, destacando-se entre eles a praticidade e rapidez dos famosos “fast fashion”, “fast food” e a indústria musical popular, dificultando o processo de outros tipos de cultura sucederem em escalas maiores. O filósofo e sociólogo alemão Theodore W. Adorno em relação à cultura disse:

“A cultura tornou-se ideológica não só como a quintessência das manifestações subjetivamente elaboradas pelo espírito objetivo, mas, em maior medida, também como esfera da vida privada. Esta esconde, sob a aparência de importância e autonomia, o fato de que é mantida apenas como apêndice do processo social.” (ADORNO, 1998)

Ou seja, apesar de inicialmente a arte ser aquilo que deveria incomodar e trazer algo de novo, foi tomada por uma ideologia ocidental e privilegiada, embora a língua a grosso modo ser um código a ser decifrado, a cultura de massa ainda está entrelaçada a decodificação daquilo que se é imposto por países imperialistas. A cultura americana foi construída com base em diversos estilos e costumes que após sua consolidação, complexamente faz parte de uma sociedade que ainda tem



dificuldades em questões de tolerância e aceitação daquilo que se difere de seu próprio formato, esse que por sua vez, pode ser identificado facilmente. No século XX, os Estados Unidos conseguiu expandir sua visão nacionalista através de filmes e marcas de produtos que atingiram outros povos com a ideia de que a cultura americana era superior, assim como seus padrões econômicos, políticos e linguísticos que até hoje estão impregnados em qualquer outra cultura de consumo capitalista.

A indústria midiática coreana começou a tomar forma e ser consumida por outros países asiáticos na década de 1990, com novelas para a televisão, filmes e grupos de música pop. Após 2010, o ocidente passou a consumir jogos digitais e os populares dramas televisionados vindos da Coreia do Sul, porém, no ramo musical o sucesso “Gangnam Style” do artista PSY foi o único a mostrar certa relevância nas paradas musicais, como o ranking da Billboard que é tido como parâmetro musical no mundo todo. A cultura coreana, assim como muitas outras, foi por muito tempo influenciada pelos Estados Unidos, até criarem sua própria marca industrial que inovou no modo introdutório da cultura capitalista, empresas para treinar jovens com o sonho de se tornarem artistas foram se consolidando e dessa forma puderam gerar muito dinheiro para a economia sul-coreana, fórmula essa que ficou por muito tempo exclusiva ao seu próprio país, mas que com a era digital pôde se tornar uma influenciadora e exemplo como criadora de conteúdo.

Quando se trata da indústria musical coreana, há três empresas que se destacam, investindo em seus artistas e movimentando uma significativa renda para o país, são elas: SM Entertainment, JYP Entertainment e YG Entertainment. Em agosto de 2016, as ações das empresas juntas chegaram a quase 100 milhões de dólares. No K-pop (música pop coreana), destaca-se o fato dos artistas estarem sempre inovando em conceito, coreografias e performance, mas também a forma rígida como treinam e são postos em seus extremos para alcançar o sucesso, padrões que são impostos pela própria cultura social e que gera muita controvérsia já que a nova geração passou a questionar esses métodos, principalmente os fãs internacionais que estão cada vez mais envolvidos com a cultura coreana.

Em junho de 2013, o grupo BTS foi lançado pela Big Hit Entertainment, uma pequena companhia com poucos recursos que decidiu investir nos 7 membros: Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung e Jeon Jungkook. Na época, pouco acreditava-se no sucesso do grupo, inimaginável que os mesmos seriam responsáveis por uma mudança no cenário cultural ocidental. Sua fórmula secreta minuciosamente dissecada resulta no modo como eles souberam usar do poder da linguagem para tocar uma sociedade jovem que ganhou conhecimento e experiência cultural através da arte e da linguagem.

A tecnologia e as redes sociais abriram espaço para aqueles que se interessam por outros meios de entretenimento e foi assim que o BTS alcançou sua fama e legião de fãs. Hoje, apresentam mais de 16 milhões de seguidores no Twitter e 17 milhões de inscritos no canal do YouTube, atraindo primeiramente aqueles que sempre se interessaram por cultura asiática, foram tomando espaço no ocidente devido à forma como foram se lançando ao público, produzindo e escrevendo suas próprias músicas, o que é difícil de se ver na indústria pop em geral e usando disso para criticar a sociedade atual. O lema oficial da empresa que gerencia o grupo, a Big Hit, é “Música e artistas para curar”, mostrando que a prioridade inicial é a saúde mental e física, seja dos artistas ou dos fãs,



grande passo para uma empresa asiática já que infelizmente, doenças mentais são tidas como tabu ainda em muitos países.

## II. Como a linguagem pode quebrar barreiras no século XXI

Com o álbum “Skool Luv Affair” lançado em 2014, os rappers do BTS (Namjoon, Hoseok e Yoongi) escreveram “Tomorrow” e “Spine Breaker” como sinal de que desde o começo da carreira estiveram engajados em relatar e mostrar apoio a juventude. Na primeira canção, fala-se sobre os desafios enfrentados no início da vida adulta e como os jovens perdem a esperança e esquecem de seus sonhos vivendo uma rotina que lhe foi imposta, assim como a modificação da ideia de tempo da nova geração, cada vez mais líquida, apesar de sempre haver um amanhã; já a segunda, crítica a mesma juventude que se deixa levar pela ideia de que para ser aceito na sociedade, todos devem usar a mesma roupa de destaque do momento, mesmo não tendo condições para comprar, exploram seus pais e só pensam em si mesmos.

Em maio de 2016, o grupo entrou para a Billboard com o álbum duplo “The Most Beautiful Moment in Life: Young Forever” na posição 107, se tornando um dos álbuns mais importantes de sua carreira, pois além de lançá-los para o mercado internacional, traz uma forte mensagem sobre os dilemas da juventude, que os trouxe à essa posição de destaque, em primeiro lugar. Seu esforço em tocar pessoas através da música, dança e arte visual discorrendo sobre problemas do cotidiano e expondo suas dúvidas e pensamentos, ultrapassou as supostas barreiras que a língua falada impôs e atingiu todo um grupo de indivíduos que se identificaram com essa mensagem.

Segundo a Semiótica de Peirce, as pessoas absorvem o contexto à sua volta através de uma tríade: Primeiridade, Segundidade e Terceiridade; Formando os pilares de sua teoria, o autor chegou à conclusão de que toda experiência é reconhecida pela consciência aos poucos. A primeira se refere a consciência como sensação não visível e delicada, sendo tudo aquilo que é atual e imediato, o segundo predicado é a percepção do exterior, da realidade concreta que estamos constantemente em interação, é uma compreensão mais profunda dos significados. Por último, a terceiridade parte para a experiência dos significados e representação do signo para assim se realizar a elaboração intelectual, estruturando os dois primeiros elementos diante do contexto pessoal.

Os cliques lançados para divulgar os singles “I Need U”, “Run” e “Young Forever” trazem uma série de histórias envolvendo os integrantes do grupo, cada um passando por problemas diferentes que fazem parte do cotidiano de muitos como dificuldades na relação com os pais, depressão e o abuso de medicações mas que ao mesmo tempo tentam encontrar soluções na amizade e buscando ajuda necessária. A música “Baepsae/Silver Spoon”, também do mesmo álbum e escrita pelo líder do grupo Kim Namjoon, crítica o sistema educacional sul-coreano (já sido exposto no clipe de “N.O” lançado em setembro de 2014 com o mini álbum O! R U L8, 2?) que ainda é muito rígido e exige muito emocionalmente de seus alunos, além de também mostrar a geração mais nova sendo cobrada e pressionada pelas gerações anteriores para adquirir bens materiais e uma posição de destaque no mercado de trabalho, mas não conseguindo suceder já que a realidade atual se encontra diferente de 20 anos atrás.



A canção “Whalien 52” tem como inspiração a história de uma baleia de espécie não identificada que vem sendo monitorada desde os anos 1980 e possui uma frequência de 52 Htz, superior a frequência das outras espécies, sendo assim, ela passa a vida sozinha por não conseguir ser ouvida. O nome Whalien vem da junção “whale” e “alien” em inglês ou “baleia” e “alienígena” em português e é interpretada na música para relatar como a adolescência pode ser um período de questionamentos e da constante sensação de se estar sempre sozinho, não conseguindo ser compreendido por mais ninguém e assim, criando uma barreira em torno de si, mas para nunca desistir e continuar tentando até encontrar alguém que o entenda.

Em outubro de 2016, o álbum “Wings” atingiu a 26ª posição nas paradas da Billboard 200, batendo o recorde de primeiro grupo de K-pop a atingir tamanha posição significativa. O conceito artístico dessa era foi inspirada nas teorias de Nietzsche, usando uma de suas frases mais famosas para divulgação “É preciso ter um caos dentro de si para dar à luz uma estrela cintilante”, e também o romance de formação “Demian” de Hermann Hesse, muito influenciado pelo próprio Nietzsche em suas obras, narra nessa obra a vida de Emil Sinclair, a personagem principal. Apesar de ter sido criado por pais justos e tementes a Deus, ele acaba conhecendo e se aproximando de Demian, que por sua vez sempre o está desafiando a pensar fora da realidade idealizada que lhe foi pregada durante a infância e Sinclair então, segue em busca pela sua própria personalidade, junto a questionamentos infundáveis da vida que ultrapassam os conceitos de bem e mal, sendo essa o ponto de partida da narrativa.

Bakhtin e seu conceito de linguagem verbal, se encaixam justamente onde a língua, um conjunto de signos que se combinam e transmite uma mensagem de um emissor a um receptor, se transforma em ação social. O locutor ocupa o lugar de agir sobre o interlocutor, realizando ações e guiando um novo caminho, não dependendo mais apenas da língua como principal transmissor, mas também se aproveitando da linguagem corporal, visual e principalmente do contexto onde se encontra o interlocutor e sua condição social contextualizada para que afetem seus sentidos e haja a interação, ocorrendo uma troca mútua de informações. É claro que muita coisa é possível hoje em dia também por causa da internet, seus meios cada vez mais efetivos de tradução unem pessoas o tempo todo, não invalidando o conceito de uma forma de interação social afim de compreender algo.

### **III. A linguagem como ação social na prática**

O BTS em toda sua discografia e filmografia acrescenta a suas críticas sociais elementos de outras vertentes artísticas, sejam da literatura ou da pintura, eles conseguem incorporar muito bem essas informações, passando para seus fãs que afim de entender sua mensagem, procuram saber mais sobre essas influências, o que se torna algo positivo já que inconscientemente o jovem mostra mais interesse pela arte, seja clássica ou moderna. Além do exemplo já citado de “Demian” do escritor Hermann Hesse, outros exemplos são as pinturas “O lamento de Ícaro” e “Paisagem com a queda de Ícaro” do renascentista Pieter Bruegel usados no clipe de “Blood, Sweat and Tears” do mesmo álbum, e também o conto “The Ones Who Walk Away from Omelas” da escritora americana Ursula K. Le Guin, que chegou a ser traduzido em diversas versões na internet, após ser usado no clipe de “Spring Day”.



Charles Peirce também dentro do conceito da semiótica, identifica três tipos de signos: o ícone, objeto de ligação entre o signo e o objeto em si; o índice, como representação de uma herança cultural ou vivência pessoal, que leva prontamente à compreensão de um sinal, se integrando a esse conhecimento ou informação e o símbolo entre o signo e o objeto constituinte. Exemplos artísticos como pintar o corpo, acrescentar componentes significativos na dança, incorporar estilos linguísticos e romper com a ideia de tempo mostram essa conexão da semiótica com a arte. O grupo sul coreano incorpora esses elementos em seu clipe “Blood, Sweat & Tears” lançado em outubro de 2016 e hoje contém mais de 355 milhões de visualizações no YouTube, assim como as músicas solos dos integrantes que foram nomeadas com uma palavra chave que os resumisse até aquele momento, sendo elas: “Begin”, “Lie”, “Stigma”, “First Love”, “Reflection”, “MAMA” e “Awake”.

No ano de 2017, BTS iniciou a trilogia “Love Yourself” com “Love Yourself: Her”, atingindo a 7º posição nos charts da Billboard, se apresentando em programas de televisão americanos e ganhando prêmios internacionais, o grupo se consolidou no mundo todo com a proposta de falar sobre juventude, problemas psicológicos, relacionamentos tóxicos e autoconhecimento. Com toda essa visibilidade conquistada, o grupo se uniu a UNICEF para realizar a campanha com duração de dois anos, intitulada “Love Myself” para mobilizar a sociedade com uma campanha anti violência, doando inicialmente 500 mil dólares além de 3% do lucro das vendas do álbum, eles também arrecadaram 1 milhão de dólares com a ajuda dos fãs.

Na visão social pensada por Bakhtin (2002), o locutor é considerado um ser sociável e ao serem imaginados dessa forma, são arquitetados ao mesmo tempo pelo intercâmbio entre eles e pelas analogias com o extralinguístico e a sociedade. Na influência por meio do diálogo, o emissor e o receptor não podem ser considerados como meio principal sem que ocorra a emissão e recepção de mensagens, é necessário que sejam reconhecidos como sujeitos plenos ou completos, tanto por suas qualidades imperativas e suas capacidades comunicativas, quanto por valores conquistados através das relações com o extralinguístico e a sociedade.

“A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato fisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua.” (BAKHTIN, 2002, p. 123)

Com “Love Yourself: Her” o grupo coreano quis iniciar a trilogia falando sobre o amor jovem. O álbum é introduzido com “Serendipity”, faixa solo do integrante Park Jimin, que quando citada em entrevista dada a Billboard, o grupo esclareceu: “A letra dessa canção foi baseada em acontecimentos raros e especiais da vida. Então pensei que esses sentimentos transcendem questões de gênero, cultura e barreiras entre as pessoas” (Billboard, 2017). Em “Pied Piper” o grupo usa uma lenda alemã onde um flautista hipnotiza as crianças da cidade de Hamelin com a sua música e as afastam de seus pais para sempre como metáfora para criticar sua própria influência negativa nos fãs, que



podem ficar tão obcecados ao ponto de esquecer de suas vidas, sonhos e vontades, algo que o grupo preza desde o início.

#### **IV. As consequências do fenômeno social da interação verbal**

Em maio de 2018, o segundo mini álbum da trilogia “Love Myself: Tear” traz como conceito o lado mais escuro do amor e sua idealização, onde se é preciso conhecer e amar a si mesmo antes de colocar expectativas em outra pessoa. Debutando em primeiro lugar da Billboard, sendo o primeiro grupo de K-pop a atingir tal posição e também o primeiro álbum em língua estrangeira a atingir o topo do ranking em 12 anos, o grupo trouxe ainda mais visibilidade para si. O clipe de “Fake Love” mostra mais uma vez como o BTS consegue passar uma mensagem clara através de sua performance, sem necessariamente haver o entendimento da letra da música; em “The Truth Untold”, cantada apenas pelos vocalistas, tem La Città Di Smeraldo como inspiração, a história italiana conta sobre um homem inseguro com sua aparência que se esconde em um castelo e percebe estar tendo suas flores roubadas por uma mulher misteriosa, apesar de não conseguir relevar sua identidade para ela, ele cria uma flor específica apenas para a moça, nomeando Smeraldo.

O membro mais novo do grupo, Jeon Jungkook, produziu a canção “Magic Shop” baseada no livro “A maior de todas as mágicas” do neurocirurgião James R. Doty, uma autobiografia onde o autor explora as lições que aprendeu com uma mulher chamada Ruth, que conheceu numa loja de utensílios de magia, sendo uma das principais lições a capacidade de abrir seu próprio coração. Após o lançamento do álbum, o livro se tornou um best seller na Coreia do Sul. A faixa final “OUTRO: Tear” performada apenas pelos rappers do BTS conclui o álbum de forma com que o assunto principal seja retomado, a realização de que o amor falso pode trazer muitas dores e dilemas. Mais uma vez, eles mostram a importância de incorporar elementos da vida real em suas canções, criando uma atmosfera mais íntima e pessoal.

Em agosto de 2018, o BTS encerrou sua trilogia com o álbum final “Love Yourself: Answer”, trazendo como conclusão uma mensagem positiva sobre auto aceitação e amor próprio. O álbum se estrutura com as canções de maior destaque nos mini álbuns e traz outras inéditas, mostrando sua versatilidade como grupo, vocal, rap e também o estilo próprio de cada integrante em suas faixas solos. O clipe de “IDOL” atingiu mais de 350 milhões no YouTube, o grupo iniciou sua turnê na América do Norte com datas esgotadas, apresentações em programas de televisão em horário nobre e claro a divulgação dos fãs pela internet que mais uma vez quebrou barreiras, atingindo pessoas que nunca se quer ouviram música coreana, mas se interessaram a ouvir o que esse grupo em específico tem a dizer sobre a juventude e a sociedade. Em entrevista, o membro Min Yoongi disse: “Mesmo havendo uma barreira linguística, quando a música inicia, as pessoas reagem praticamente do mesmo jeito onde quer que vamos. Passa o sentimento de que a música realmente nos une.” (TIME, 2018).

Em canções como “Epiphany” e “Answer: Love Myself” a narrativa fecha muito bem a trilogia de álbuns, onde conclui-se que escolher amar a si mesmo não é a escolha mais fácil e que haverá muitos empecilhos no caminho mas que resultará em uma jornada de autoconhecimento muito enriquecedora, se aceitando com todas suas imperfeições. O membro mais velho do BTS Kim Seokjin, em seu solo “Epiphany” canta: “Eu sou quem



eu deveria amar nesse mundo/ Esse meu eu brilhante, minha alma preciosa / Eu finalmente percebi isso, então me amo / Apesar de não ser perfeito, sou tão belo / Eu sou quem eu deveria amar” (BTS, 2018). A conclusão da série “Love Yourself” não resgata apenas os mini álbuns mas também a série “The Most Beautiful Moment in Life” com “I’m Fine” sendo uma faixa paralela a “Save Me” e também fazendo um ambigrama com as palavras, assim como em campanhas que alertam sobre o perigo da depressão e da ansiedade.

Com mais de 2 milhões de vendas em menos de um mês do lançamento do seu último álbum, shows esgotados por toda a América do Norte e Europa em estádios para mais de 50 mil pessoas, o grupo sul coreano em setembro de 2018 discursou na frente de líderes de todo o mundo como embaixadores na nova iniciativa da UNICEF “Geração Ilimitada” com o objetivo de dar voz aos jovens e oferecer melhores oportunidades de estudo e emprego até 2030. No discurso de 7 minutos dado pelo líder do grupo Namjoon, destaca-se fala como: “Vamos todos dar mais um passo. Nós aprendemos a como amar a nós mesmos. Então agora eu peço que falem por si mesmos. Gostaria de perguntar a vocês ‘qual o seu nome?’ ‘O que te anima e faz seu coração bater mais forte?’ Me conte sua história, eu quero ouvir a sua voz. Quero ouvir sua convicção. Não importa quem você é, de onde você é, a cor da sua pele, sua identidade de gênero, apenas fale. Ache seu nome e ache sua voz falando por si mesmo.” (UNICEF, 2018) Após o discurso, os fãs (também identificados como ARMY) ergueram na rede social Twitter a tag “#SpeakYourself”, onde pessoas do mundo todo começaram a postar seus depoimentos e relatar suas lutas diárias, das mais mundanas às mais complexas, os fãs também relataram sobre sua ligação com o grupo e como suas músicas os tocaram e os fizeram ser pessoas melhores, aumentando seu amor próprio, assim como muitos também conseguiram sair de seus relacionamentos abusivos, não cobrarem tanto de si mesmos e entender que até mesmo no amor há tristeza e dificuldades. O grupo também conquistou em outubro desse mesmo ano o título de Mérito Cultural da Ordem do governo coreano, sendo os mais jovens e também o primeiro grupo a almejar tal honra, qual foi justificado pelo porta-voz da Casa Azul, Kim Ui Gyeom, que foi decidido presentear os 7 membros pois os mesmos sucederam em espalhar o hallyu (onda coreana) e contribuir com o desenvolvimento da cultura e arte popular.

## V. Identidade linguística e cultural

O grupo sul coreano apesar de estar se consolidando na cena ocidental e até mesmo sendo capa da revista Time como uma das faces que representam os líderes da nova geração, não deixam com que isso afetem sua música ou comportamento. Debutando em 2013 com “No More Dream” criticando o rígido sistema de ensino do seu próprio país, como já citado, o BTS está sempre envolvendo questões políticas em suas letras e não perdem a oportunidade de também usarem de sua identidade linguística para complementar as canções, não sendo todos fluentes em inglês, usam-se de suas habilidades na língua materna para explorar os significados das palavras e espalhar sua mensagem da melhor maneira que podem. Os rappers do grupo lançaram uma mixtape cada, onde tiveram a liberdade de exporem seu próprio estilo e falarem mais abertamente sobre suas dificuldades dentro da indústria musical, seus sonhos e até mesmo sobre a luta contra a depressão que o membro Yoongi enfrentou.



Com “Spring Day” concluindo a série “The Most Beautiful Moment in Life” em 2017, o grupo, empregando muitas referências, prestou suas homenagens ao naufrágio de Sewol, um acidente marítimo ocorrido em 2014, onde uma balsa que transportava 459 pessoas, entre elas 325 alunos e 15 professores da Escola Secundária Danwon em Ansan, naufragou e deixou 304 mortos ao todo. Para complementar o ciclo e adicionar mais elementos a história criada dentro do arco de cliques, foi lançado vídeos na página oficial do BTS no YouTube intitulados “Highlight Reel” onde a junção de todos representa 기승전결 ou (gi seung jeon gyeol), que seria uma forma de estruturação textual, cada símbolo significando uma etapa: O início, a dissertação, a contraposição e o desfecho.

Em “Go Go” o grupo usa do som semelhante da palavra “Dólar” e “달려” (dallyo) que significa “vá” em português como um trocadilho na canção endereçada a geração mais conhecida como “millenials” que passam por dificuldades econômicas e estão vivendo suas vidas sem muitas expectativas, em entrevista o grupo falou sobre a letra da música: “Nós queríamos falar sobre isso e enfatizar para o mundo que não é culpa deles, mas sim da realidade brutal que força as pessoas a gastarem como se não houvesse amanhã” (Billboard, 2017). Com um refrão marcante onde destaca-se a palavra “YOLO” (abreviação para “só se vive uma vez”) em inglês, o grupo acrescentou:

“Na Coreia, YOLO se tornou uma palavra-chave para os jovens porque não temos muito dinheiro e está cada vez mais difícil de se conseguir. [...] Esse é o maior luxo para os jovens coreanos: comprar acessórios, cosméticos, é a ideia deles de luxo. [...] Eu acho triste porque é tudo que conseguimos. ‘Go Go’ está dizendo ‘Ok, apenas faça, não vamos nos arrepender. Gaste todo o seu dinheiro em bobagens e comida!’”. (Billboard, 2017)

Em seu mais recente álbum “Answer”, há duas canções que acentuam bem o uso da identidade linguística e cultural dentro da discografia do grupo. A primeira canção “Trivia: Love” é performada e também escrita pelo rapper Namjoon, onde predomina o jogo de palavras já que “pessoa” ou 사람 (saram), “amor” ou 사랑 (sarang) e “viver” ou 살아 (sara) escreve-se e soa-se similarmente em coreano, assim o artista discorre sobre a importância do amor na existência do ser humano, usando também da teoria da existência do filósofo Rene Descartes que diz “Se penso, logo existo” para personificar como “Se vivo, logo amo” no refrão da canção, finalizando com outro jogo de palavras, ele diz “Meu e seu soam parecidos/ Apesar disso não me fazer ser você” (BTS, 2018) pois mais uma vez, as palavras soam similares em coreano sendo, “meu” ou 내 (nae) e



“seu” ou 네 (ne), mostrando que apesar de serem semelhantes como seres humanos, cada indivíduo é único e apresenta seus próprios defeitos e qualidades.

A outra canção, sendo a faixa principal e intitulada “IDOL” traz elementos importantes da cultura coreana, no videoclipe se vê a figura de um tigre, sendo esse um animal muito importante e principal símbolo do país, nota-se também a representação de um coelho na lua, sendo esse um conto antigo da Ásia oriental que diz haver um coelho na lua preparando o elixir da imortalidade e também figuras que representam a “Dança do Leão”, que eram praticadas durante a lua cheia para trazer prosperidade e afastar os espíritos ruins. Os membros estão trajando hanbok e incorporam expressões da música folclórica na dança como o movimento “Chapéu Voador” e no refrão, como 열쑤 (ursoo) e 시호사 (jihwaja): “Ursoo é incrível/ Você não pode me impedir de amar à mim mesmo” e “Jihwaja é incrível/ Você não pode me impedir de amar à mim mesmo” (BTS, 2018) e também o som da bateria de percussão tradicional chamada de samul nori quando cantam 덩기덕 쿵더러러~, sendo uma celebração de quem eles são e pelo o que se posicionam.

## Conclusão

O desenvolvimento desse artigo possibilitou com que se fosse analisado as mudanças culturais dentro de uma sociedade onde a principal ferramenta é a internet e as redes sociais e assim, acrescenta-las aos parâmetros e teorias da linguística e a importância da linguagem quando se flui para além da língua falada. A nova geração de jovens molda um novo formato de conteúdo consumido pela massa, consciente de que há algo de interessante na forma com que o grupo sul coreano BTS dialoga sobre questões tão importantes através da arte e da interação verbal como fenômeno social, além de representar sua própria identidade cultural e espalhar sua visão pessoal sobre tal



internacionalmente, esgotando por exemplo em Nova York um estádio com capacidade para 50.000 pessoas em 10 minutos.

De um modo geral, o grupo que desde o princípio decidiu falar sobre os problemas enfrentados pela juventude, atinge cada vez mais pessoas, tendo atingido 2 milhões de vendas e debutado no primeiro lugar das paradas musicas da Billboard com o álbum “Answer”, pois sua mensagem e sinceridade consegue ultrapassar as barreiras da língua nativa dos integrantes, o coreano, e que se é explicado pela semiótica de Charles Peirce, onde as pessoas passam por uma tríade de absorção na consciência e como o uso da linguagem corporal e visual ajudam nesse processo de identificação com o produto imposto. A trilogia “Love Yourself” traz todos os aspectos necessários e mostra seus aspectos positivos na influência dos jovens de todo o mundo, que através das redes sociais relatam suas histórias pessoais e a importância do grupo em sua jornada de autoconhecimento.

Assim como também se aplica a teoria da linguagem verbal de Mikhail Bakhtin, onde o locutor controla sua mensagem até o receptor, direcionando-o através de outros meios da linguagem. Uma das ferramentas que se aplicam aos dias de hoje são as redes sociais, por meio delas o BTS conseguiu expor suas ideias e atrair pessoas, provando que atualmente a cultura de massa que antes era marcada pelo imperialismo americano, está mais aberta a receber materiais de outros lugares do mundo e que apesar do inglês ser considerado uma língua internacional, a linguagem transmitida pela arte supera esse obstáculo no mundo globalizado do século XXI.

## **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

Adorno, Theodor, W, 1903-1969; Indústria cultural e sociedade / Theodor W. Adorno; seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida, traduzido por Juba Elizabeth Levy... [et al.]. – São Paulo Paz e Terra, 2002.



Bakhtin, Mikhail (V. N. Volochínov). A interação verbal. In: \_\_\_\_\_. Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem. São Paulo: Editora Hucitec, 2004.

Benjamin, J. (20 de setembro de 2017). BTS Explain Concepts Behind 'Love Yourself: Her' Album: 'This Is the Beginning of Our Chapter Two'. Fonte: Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7966098/bts-love-yourself-her-album-rap-monster-interview-analysis-meaning>.

Bruner, R. (10 de outubro de 2018). How BTS Is Taking Over the World. Fonte: Time: <http://time.com/collection-post/5414052/bts-next-generation-leaders/>

Cismas, C. S. (2010). The impact of American culture on other cultures: Language and cultural identity. RECENT ADVANCES in ARTIFICIAL INTELLIGENCE, KNOWLEDGE ENGINEERING and DATA BASES , 388-393.

Herman, T. (20 de setembro de 2017). BTS' 'Pied Piper' Is Filled With Tough Love Towards Fan Culture. Fonte: Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7972936/bts-pied-piper-is-filled-with-tough-love-towards-fan-culture>.

Herman, T. (20 de agosto de 2018). 'Big 3' K-Pop Agencies See Gains, Raise Q3 Expectations Amid South Korean Market Uncertainty. Fonte: Forbes: <https://www.forbes.com/sites/tamarherman/2018/08/20/big-3-k-pop-agencies-see-gains-raise-q3-expectations-amid-south-korean-market-uncertainty/#4495049a505a>.

Herman, T. (24 de agosto de 2018). BTS Reflect on Life & Love on Uplifting 'Love Yourself: Answer'. Fonte: Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/8472127/bts-love-yourself-answer-album-review>.

Herman, T. (20 de setembro de 2018). BTS to Speak at United Nations for UNICEF's 'Generation Unlimited' Launch. Fonte: Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8476070/bts-to-speak-at-united-nations-unicef-generation-unlimited-launch>.

Herman, T. (14 de maio de 2018). How BTS Took Over the World: A Timeline of The Group's Biggest Career Moments. Fonte: Billboard: <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8455612/bts-takeover-timeline-bbmas>.

Jin, D. Y. (2018). An Analysis of the Korean Wave as Transnational Popular Culture: North American Youth Engage Through Social Media as TV Becomes Obsolete. International Journal of Communication , 404-422. Fonte: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/7973/2241>.



**Edição nº 27 – 1º semestre de 2019**

**Artigo recebido até 15/01/2019**

**Artigo aprovado até 15/02/2019**

Kim, D. (8 de outubro de 2018). BTS To Receive Order Of Cultural Merit From Korean Government. Fonte: Soompi: <https://www.soompi.com/article/1242409wpp/bts-receive-order-cultural-merit-korean-government>.

Schachnik, D. (s.d.). Breve ensaio sobre imperialismo cultural americano. Fonte: academia.edu: [https://www.academia.edu/7482511/Breve\\_ensaio\\_sobre\\_imperialismo\\_cultural\\_americano](https://www.academia.edu/7482511/Breve_ensaio_sobre_imperialismo_cultural_americano).

Selesi, Z. (22 de maio de 2018). BTS's 'Love Yourself 轉 Tear': A Track-by-Track Analysis. Fonte: Affinity Magazine: <http://culture.affinitymagazine.us/btss-love-yourself-%E8%BD%89-tear-a-track-by-track-analysis/>.

Waltham, L. (27 de maio de 2018). What Love Yourself Tear by BTS means to ARMYs. Fonte: Medium: <https://medium.com/@lukewaltham/what-love-yourself-tear-by-bts-means-to-armys-404f7b3c179a>.