



**UNISUL**

**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA**

**ANA PAULA PACHECO LUIZ**

**O HÍFEN ENTRE OS GÊNEROS MASCULINO-FEMININO:  
DE QUE MANEIRA O *FANDOM* BRASILEIRO  
DO *BOYGROUP* “BTS” ENXERGA A MASCULINIDADE**

Tubarão

2019

**ANA PAULA PACHECO LUIZ**

**O HÍFEN ENTRE OS GÊNEROS MASCULINO-FEMININO:  
DE QUE MANEIRA O *FANDOM* BRASILEIRO  
DO *BOYGROUP* “BTS” ENXERGA A MASCULINIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Letras – Língua Portuguesa da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de licenciado em Letras – Língua Portuguesa.

Orientador: Prof. Alexandre Linck Vargas, Dr.

Tubarão

2019

Dedico meu trabalho à minha mãe, Cristiana,  
por ter me apoiado desde sempre e por ser meu  
maior exemplo de mulher.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha mãe, por ter me apoiado e ter me incentivado desde que me conheço por gente nessa jornada. Obrigada, mãe, por nunca ter desistido de mim.

Agradeço também ao meu pai, Jaison, e meu irmão, Thiago, por também me apoiarem nessa trajetória e continuarem ao meu lado.

Agradeço ao meu orientador, Alexandre, por acreditar no meu potencial, por ter me dado puxões de orelha e apoio quando precisei, assim como, ter me dado confiança e força para acreditar que posso ir longe. Não sei quantas vezes já agradeço a ele por tudo isso, mas, de novo, obrigada!

Agradeço ao Michel, que teve que aguentar meus surtos e minhas inseguranças nesse caminho, bem como, sempre esteve comigo quando precisei e quando não precisei. Espero poder te levar junto comigo por um longo tempo. Junto dele, agradeço ao Luís Inácio Lula da Silva, pois, sem ele, eu não estaria num curso superior, como bolsista.

Agradeço ao Diego, o irmão mais velho que gostaria de ter, por se manter ao meu lado em todos esses momentos difíceis. Que venham mais três anos de amizade! Ou mais.

Agradeço à Emily, que esteve comigo desde o Ensino Médio e que acompanhou de perto o início e final dessa trajetória e que me apoiou, sempre.

Sem essas pessoas, eu não sei onde estaria agora.

Agradeço, do fundo do meu coração, a todos que me apoiaram direta ou indiretamente nesse caminho. Obrigada!

“É claro que é difícil ser mulher. Medos, obrigações, imperativos de silêncio, chamadas à ordem que têm durado um bom tempo [...]. Mas, comparado ao que é ser um homem, parece uma brincadeira de criança... Porque, finalmente, não somos as mais aterrorizadas, nem as mais desarmadas, nem as mais entravadas. O sexo da resistência, da coragem, sempre foi o nosso.”  
(DESPENTES, p. 121, 2018)

## RESUMO

A pesquisa tem como objetivo analisar a maneira como as fãs brasileiras do *boygroup* BTS enxergam a masculinidade, fazendo uso de comentários resgatados no *fansite* btsbrasil\_official, no Instagram. Ao analisar os comentários, categorizei-os como amantes e maternos. Para fundamentar a análise, usei autores que discutem questões de gênero, como Virginie Despentes e Jun Sun, além de trazer Foucault, que fala do homem afeminado historicamente. Os autores que discorrem sobre como nos tornamos objetos e consumidores perante a sociedade capitalista, como Byung-Chul Han e Guy Debord, também foram de extrema importância para essa pesquisa. Além disso, Sigmund Freud fundamentou questões sobre maternidade. Essa pesquisa, então, possui caráter qualitativo, além de ser documental e bibliográfica, pois selecionei comentários e analisei-os. Com a análise, cheguei à conclusão de que ambas as categorias coisificam sexualmente os cantores coreanos, por conta da masculinidade suave, porém, as fãs como figuras maternas o fazem de acordo com a maternidade compulsória e o complexo de Édipo, enquanto as fãs como amantes os sexualizam e fantasiam que são suas namoradas e proprietárias.

Palavras-chave: BTS. *K-pop*. Fãs. Masculinidade.

## **ABSTRACT**

The research aims to analyse the way how BTS's brazilian fans see the masculinity of the singers, using commentaries of the fanpage "btsbrasil\_official", on Instagram. Analysing the commentaries, I categorize them as "lovers" and "materns". I used authors who discuss gender issues, like Virginie Despentes and Jun Sun and Foucault, who speaks of effeminate men's history. The authors who discuss about us being objects and consumers of a capitalist society, like Byung-Chul Han and Guy Debord, as well, are really important for this research. Beyond that, Sigmund Freud substantiate issues about maternity. This research, then, is qualitative, documentary and bibliographic, because I select and analyse the commentaries. I concluded that both categories sexually objectify the Korean singers, because of their soft masculinity, but, fans with maternal figure do that according with compulsive maternity and Édipo's complex, in other hand, the lovers fans sexualize them and fantasize that they are singers's girlfriends and owner.

Keywords: BTS. K-pop. Fans. Masculinity.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Foto do Jimin .....	22
Figura 2 - Comentário da fã 1.....	22
Figura 3 - Comentário da fã 2.....	23
Figura 4 - Comentário da fã 3.....	23
Figura 5 - Comentário da fã 4.....	23
Figura 6 - Foto do Jimin e do RM .....	24
Figura 7 - Comentário da fã 5.....	26
Figura 8 - Comentário da fã 6.....	26
Figura 9 - Comentário da fã 7.....	26
Figura 10 - Foto do RM.....	27
Figura 11 - Comentário da fã 8.....	28
Figura 12 - Comentário da fã 9.....	28
Figura 13 - Comentário da fã 10.....	28
Figura 14 - Comentário da fã 11.....	29
Figura 15 - Comentário da fã 12.....	29
Figura 16 - Comentário da fã 13.....	29
Figura 17 - Meme das fãs sendo chamadas de namoradas .....	31

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>12</b>
2.1	MASCULINIDADE? .....	12
2.2	A COISIFICAÇÃO DOS CANTORES COREANOS .....	14
2.3	MATERNIDADE .....	17
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>20</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE.....</b>	<b>21</b>
4.1	AS FÃS COMO FIGURAS MATERNAS .....	21
4.2	AS FÃS COMO AMANTES.....	25
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>33</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>34</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O gênero musical k-pop – pop coreano – vem se popularizando pelo mundo nos últimos anos, principalmente depois da explosão mundial que foi Gangnam Style, do PSY. Porém, o k-pop existe há mais de 25 anos e é incentivado pelo governo sul-coreano, principalmente pelos pontos positivos que trazem para a economia do país. Nos anos 90, em meio a uma crise econômica na Ásia, o presidente Kim DaeJung adotou políticas públicas, com o plano “Raio de Sol”, para que 1% do orçamento da união fosse investido em cultura, o que foi uma grande mudança, já que os governos anteriores investiam entre 0,3% e 0,4%. Seu objetivo era que, em 5 anos, empresas de cultura fossem criadas. As três maiores empresas de k-pop, hoje, cresceram e aproveitaram para lançar músicas por conta disso. Além desse dinheiro, o governo também isentou impostos para empresas que produzissem cultura. Com esse incentivo, o mercado cultural acabou crescendo ao ponto de que, hoje, não precisa mais desses incentivos. Só a Hallyu – como é chamado a popularização de produtos culturais coreanos em países internacionais – exportou 57 bilhões de dólares entre 2010 e 2018 (NAÍSA, 2019).

Os boygroups de k-pop surgiram na onda de boybands norte-americanas, como Backstreet Boys. O primeiro boygroup a surgir na Coreia foi o Seo Taiji and Boys. Eles foram ativos entre 1992 e 1996 e o grupo era formado pelos membros Seo Taiji, Lee Juno e Yang HyunSuk. O grupo misturava hip-hop, rock alternativo e pop. Hoje, um dos membros é dono de uma entre as três maiores empresas de k-pop, que é Yang HyunSuk, CEO da YG Entertainment. A segunda maior empresa é a SM Entertainment, que é a responsável pela popularização de grupos formados por *idols*, tendo o H.O.T. como pioneiro. Os *idols*, normalmente, possuem vários talentos, como cantar, produzir, dançar, atuar, modelar, compor etc (ROMANO, 2018).

O k-pop tornou-se conhecido com PSY, um cantor da empresa YG Entertainment. Seu videoclipe de Gangnam Style foi o primeiro a atingir 1 bilhão de views no YouTube, em 2012. A partir dele, muitas pessoas começaram a conhecer novos grupos e um deles foi BTS.

Bangtan Boys, Bangtan Sonyeondan ou Beyond The Scene é um boygroup, constituído por 7 membros – Jin, Suga, J-Hope, RM, Jimin, V e Jungkook. Eles estrearam em 2013 e ficaram populares entre 2015 e 2016 e são os responsáveis por popularizar o k-pop mundialmente, sendo o primeiro grupo de k-pop a receber um prêmio da Billboard, desbancando, por exemplo, Justin Bieber. O grupo é conhecido por quebrar o recorde por quantidade de views em 24 horas no YouTube. O último foi do mais recente videoclipe deles,

“Boy With Luv”, que teve 78 milhões de views, em 2019. Além disso, eles quebraram recordes em vendas de álbuns na Coreia do Sul, tendo o álbum mais vendido da história coreana. BTS vendeu mais de 3,3 milhões de cópias do álbum “Map of the Soul: Persona”. Aqui no Brasil, o grupo também é muito popular. Na última turnê, chamada “BTS World Tour: Love Yourself”, BTS faria um show único em São Paulo, no dia 25 de maio de 2019, porém, os ingressos esgotaram em 8 horas após abrir a bilheteria e, com a pressão dos fãs, eles confirmaram um segundo show no dia 26. Eles fizeram dois shows, nos dias 25 e 26, para mais de 40 mil fãs, que lotaram o Allianz Parque.

Os membros do BTS possuem uma delicadeza na sua aparência. Eles usam maquiagem, pintam o cabelo, cuidam da pele. Na Coreia do Sul, a masculinidade “soft” ou “suave” é muito popular. Os homens se cuidam, usam produtos para a pele, maquiagens, como base e pó, além de usarem variados estilos de cortes de cabelo. Mas nem sempre foi assim. Antes dos anos 90, o padrão de beleza masculino entre os coreanos era mais viril, o serviço militar obrigatório deu uma definição de homem bonito. Até que os flower boys ou “꽃미남” ou kkonminam – personagens masculinos de mangás shoujo, que possuíam características femininas – se popularizaram e a masculinidade suave entrou em ascensão (SUN, 2011, p. 58). Porém, se compararmos as características dos coreanos comuns que adotam a masculinidade suave e os cantores coreanos, a diferença é visível. A maquiagem é mais pesada, eles usam lentes, joias mais chamativas, enquanto os coreanos comuns usam maquiagens apenas para esconder imperfeições do rosto, como BBQ Cream, uma loção específica para isso. Aqui, no Brasil também há homens que são mais cuidadosos com sua aparência, porém, os homens brasileiros não são tão delicados quanto os sul-coreanos.

Sabendo disso, questiona-se, de que maneira as fãs brasileiras, acostumadas com uma masculinidade viril e grosseira dos homens brasileiros, enxergam a masculinidade nos cantores sul-coreanos? Como elas reagem ao ver um homem asiático com traços afeminados? Para encontrar essas reações, selecionei comentários nas fotos da fanpage BTS Brasil, com o usuário “btsbrasil\_official”, no Instagram, que possui mais de 200 mil seguidores.

O presente trabalho trará a seguir 3 capítulos: Fundamentação Teórica, Análise e Conclusão. No capítulo 2 “Fundamentação Teórica”, então, constatei sobre a revisão literária do texto, o qual é dividido em três seções sendo elas 2.1 “Masculinidade?”, 2.2 “A coisificação dos cantores coreanos” e 2.3 “Maternidade”. Na seção 2.1, constatei sobre como a masculinidade é imposta pela sociedade, usando Virginie Despentes (2018), além de discutir sobre a masculinidade “suave” coreana, fundamentada por Jun Sun (2011). Assim como, trouxe sobre como os homens afeminados são desvalorizados historicamente, junto do porquê serem

coisificados, com Michel Foucault (1998). Na seção 2.2, discuti sobre a coisificação, e como a sociedade nos torna objetos e consumidores numa sociedade capitalista, usando Byung-Chul Han (2016) e Guy Debord (1997). Usei, também, Stuart Hall (2012) e Sigmund Freud (1989) para falar sobre fetiche e voyeurismo. Além disso, uso Laura Mulvey (1983) para explicar o porquê desses homens serem coisificados apenas por possuírem características femininas. Por fim, na seção 2.3 “Maternidade”, Sigmund Freud (1969) e Despenes (2018) são usados para falar a respeito do complexo de Édipo feminino, junto da maternidade compulsória.

No capítulo 3 “Metodologia”, constatei sobre o caráter qualitativo do presente trabalho, fazendo uso de pesquisas bibliográfica e documental, já que usei os comentários das fãs para a análise. Ao explorar os comentários, criei duas categorias: amante e materna, que serão analisadas no capítulo 4, chamado “Análise”. Este capítulo foi dividido em duas seções: 4.1 “As fãs como figuras maternas” e 4.2 “As fãs como amantes”. Finalizando, então, com o capítulo 5 Conclusão e 6 Referências.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, faremos a revisão de leitura dos textos que são a fundamentação teórica do presente trabalho.

### 2.1 MASCULINIDADE?

Socialmente, possuímos dois gêneros: o masculino e o feminino. Estes possuem seus padrões, suas roupas, seus brinquedos, suas cores, seus cabelos, seus corpos, seus costumes, suas obrigações, suas tarefas. Meninas usam rosa, meninos usam azul. Mulheres “são” mais delicadas, mais silenciosas, mais passivas. Mas há uma certa pressão sobre os homens quando falamos de masculinidade, pois tem aqueles que acreditam que existe o homem de verdade, que deve ser extremamente viril, grosseiro, másculo.

Segundo Despentès (2018, p.23):

Os pais podem alertar seus filhos homens de que a tradição machista é uma armadilha. [...] Porque a virilidade tradicional é uma máquina tão mutiladora quanto a atribuição da feminilidade. Ser um homem de verdade – o que é que isso exige? Repressão das emoções. Calar sua sensibilidade. Ter vergonha de sua delicadeza, de sua vulnerabilidade. [...] Não dar sinais de fraqueza. Amordaçar a sensualidade. Vestir-se com cores discretas, usar sempre os mesmos sapatos grosseiros, nunca brincar com os cabelos, não usar muitas joias. [...] Não saber pedir ajuda. Ter que ser valente, mesmo sem ter nenhuma vontade. [...]

O machismo não faz mal somente às mulheres, mas aos homens também. É ele que encurrala o homem numa definição de “gênero” que o priva de ser sensível, de colocar suas emoções para fora, de usar o que quiser, o que acha bonito, mesmo que seja rosa. Quando olhamos para os homens coreanos, especificamente os cantores, a diferença é enorme. Eles usam variados tipos de roupas, com cores gritantes ou não, usam salto e sapatos estilosos, maquiagem, choram na frente de milhões de fãs, se abraçam e demonstram sua vulnerabilidade nas letras que escrevem. Por isso, há uma certa estranheza quando esses homens “afeminados” visitam países que possuem uma masculinidade viril enraizada na sociedade. “Será que são homossexuais?”, “Eles parecem mulheres” são algumas das reações daqueles que acham diferente ver um homem que não segue os padrões ocidentais. A masculinidade “soft” ou suave dos cantores coreanos surgiu com o ator Bae YongJoon, que ficou muito famoso no Japão.

Segundo Sun (2011, p. 39):

This soft masculinity is a hybrid product constructed through the transcultural amalgamation of South Korea's traditional seonbi masculinity (which is heavily influenced by Chinese Confucian wen masculinity), Japan's bishōnen (pretty boy) masculinity, and global metrosexual masculinity. This transculturation creates mugukjeok (non-nationality) which helps BYJ's soft masculinity to freely travel across national boundaries.

No livro *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy and K-pop Idols*, Sun (2011) entrevista fãs japonesas do ator Bae YongJoo. Ele cita como as características femininas e “afetuosas” do ator o ajudaram “criar” essa masculinidade suave e como essas características foram importantes para popularizá-lo no Japão. Esses homens também podem ser chamados de *kkonminam* (꽃미남), que é uma combinação de “꽃”, que significa flor e “미남”, que significa homem bonito. Esse nome é usado, porque esses homens lembram os personagens masculinos de mangás voltados para o público feminino, conhecidos como “shoujo” no Japão e como “sunjeong”, na Coreia. Esses personagens, normalmente, são homens bonitos e altos, com um rosto feminino e, quando aparecem nos quadrinhos, são cercados por flores e é daí que surge o termo *flower boy*, em inglês e “*kkonminam*”, em coreano (SUN, 2011, p. 58). Enquanto, no ocidente, esses homens são vistos como afeminados, na Ásia, eles classificam como uma masculinidade neutra, uma mistura de feminino e masculino, como se os dois gêneros entrassem em equilíbrio (SUN, 2011, p. 48).

Em *História da Sexualidade 2*, Foucault (1998) fala sobre as relações homoafetivas na Grécia Antiga. As relações entre os homens eram valorizadas quando o casal era constituído por um adolescente e um homem formado. O mais novo passava a ser desvalorizado quando ganhava características de um corpo adulto, como a primeira barba. Eles eram vistos como um objeto de prazer, cortejo. Foucault comenta sobre uma possível beleza feminina presente nesses rapazes. A relação entre homens era tolerada, mas havia certas atitudes controversas, como o desprezo e a desqualificação dos homens efeminados (FOUCAULT, 1998, p. 170).

Mas na moral sexual é o corpo juvenil com seu encanto próprio que é regularmente proposto como o “bom objeto” de prazer. Mas nos enganaríamos se acreditássemos que esses traços eram valorizados por causa de sua ligação com a beleza feminina. Eles o eram por eles mesmos ou em sua justaposição com os signos e as cauções de uma virilidade em vias de se formar: o vigor, a resistência, o ardor também faziam parte dessa beleza; e, justamente, era bom que os exercícios, a ginástica, os concursos, a caça viessem reforça-los garantindo que essa graça não desembocasse na lassidão e na efeminização. (FOUCAULT, 1998, p. 178)

Porém, a sociedade ocidental acaba mantendo esse comportamento de desvalorização do homem afeminado, visto como a aparência de homens afeminados ainda é

questionada de maneira agressiva ou depreciativa. Por que temos essa reação quando vemos homens sendo afeminados? Ainda falando sobre a Grécia Antiga, Foucault cita como as mulheres eram vistas naquela época, usando Aristóteles: “governar uma mulher é exercer um poder ‘político’ no qual as relações são de permanente desigualdade. (...)” (FOUCAULT, 1998, p. 189) Então, ele fala como os rapazes que tomam uma posição de objeto sexual é visto de uma maneira confusa, já que, futuramente, eles seriam homens e, claro, quem detém o poder.

Mas pode-se dizer que, num pensamento como o nosso, a relação entre os dois indivíduos do mesmo sexo é questionada, antes de mais nada, do ponto de vista do sujeito do desejo que tem por objeto um outro homem? E sabe-se que é do lado de uma certa estruturação desse desejo (do lado de sua ambivalência ou de sua ausência) que se preocupará o princípio de uma resposta. A preocupação dos gregos, em troca, não dizia respeito ao desejo que podia levar a esse tipo de relação, nem ao sujeito desse desejo; sua inquietação se dirigia para o objeto do prazer ou, mais exatamente, para esse objeto na medida em que, chegado o momento, ele teria que ser o senhor no prazer que se tem com os outros e no poder que se exerce sobre si mesmo. (FOUCAULT, 1998, p. 198.)

Como um homem, que tem o poder de tornar a mulher o objeto, pode coisificar outro do mesmo sexo? Como um homem deixava se tornar coisa, deixando seu poder de lado?

Tendo isso em mente, podemos entender que os homens que adotam características afeminadas e passivas podem ser coisificados e tratados de maneira depreciativa pela sociedade patriarcal e que, hoje, são adorados e também coisificados por mulheres – como vimos no caso do ator Bae YongJoon, com as fãs japonesas e aqui, no Brasil, vendo como as fãs do show do BTS, mencionado na Introdução, esgotaram os ingressos.

## 2.2 A COISIFICAÇÃO DOS CANTORES COREANOS

Ao nos depararmos com os cantores coreanos, é perceptível que eles estão, a todo momento, tentando ser impecáveis. Na apresentação, na aparência... eles parecem robôs. Objetos. Não é para tanto que é dessa forma que são tratados, meros objetos visuais, feitos para agradar, seguir padrões e, obviamente, ganhar dinheiro. O BTS é conhecido por ser perfeccionista em suas apresentações, sendo bons cantores, dançarinos e rappers, sem mencionar a aparência. Sendo expostos dessa forma, não é sem razão que a sociedade os trataria de uma maneira diferente. Vistos como meros produtos do capitalismo.

Como indispensável adorno dos objetos produzidos agora, como demonstração geral da racionalidade do sistema, e como setor econômico avançado que molda

diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a *principal produção* da sociedade atual. (DEBORD, 1997, p. 17, itálico no original.)

Eles são ultraexpostos, são filmados nas férias, nos aviões, postam selfies nas redes sociais a todo momento e, quando estão longe das câmeras, estão sendo perseguidos e fotografados por alguma fã obcecada. “O capitalismo acentua a pornografização da sociedade, expondo e exibindo tudo como mercadoria” (HAN, 2017, p. 59). A hipervisibilidade, junta da espetacularização dos cantores coreanos acabam tornando-os mercadorias, assim como imagens-objetos.

Heidegger também toma consideração a imagem só a partir da perspectiva do domínio: “imagem [...] refere-se àquilo que ressoa das expressões: estamos informados sobre algo. [...] Colocar-se informado ou informar-se sobre algo significa: representar-se a própria coisa, naquilo e no modo em que ela está em si constantemente como estando assim posta. Para Heidegger, a imagem é o *médium* pelo qual nos apoderamos do ente e dele nos assenhoreamos. (HAN, 2017, p. 93-94, itálico no original.)

Então, tornam-se objetos, já que, quando o corpo possui valor expositivo, iguala-se a uma mercadoria e acaba sendo sexualizado como objeto de excitação, sendo assim, ele não poderá ser amado, apenas consumido (HAN, 2017, p. 26-27). Tendo-os como objetos, as fãs acabam considerando-se donas dos cantores. Tratam-nos como posse. Além de que o contrato da BigHit Entertainment, empresa do BTS, priva os ídolos de namorar e isso, de certa forma, faz as fãs ficarem ainda mais ciumentas e fanáticas. Com elas reagindo dessa forma, é como se estivessem consumindo uma ilusão (DEBORD, p. 33, 1997). Uma ilusão de que um dia vão namorar com os cantores coreanos ou que serão amigas próximas deles, que eles serão ou são posse delas.

Em *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Hall (2003) comenta sobre uma mulher africana, chamada de Saartjie Baartman, também conhecida como “A Vênus Hotentote” (tradução nossa). Ela era exposta em “performances”, como uma “besta”, uma “macaca”. Foi estereotipada, fetichizada e fruto das fantasias de seu público. Seu corpo foi “lido” até depois de morta.

She was “fetishized” – turned into an object. This substitution of a part for the *whole*, of a *thing* – an object, an organ, a portion of the body – for a *subject*, is the effect of a very important representational practice – *fetishism*. (HALL, 2003, p 266. Itálico no original.)

Lendo esse trecho e aplicando no que já foi dito quanto aos coreanos, podemos entender que, de certa forma, os cantores podem ser tratados como objetos, coisas, por conta da maneira fetichizada que as fãs os tratam. Com isso, volto a mencionar superexposição dos cantores, pois é a partir dela que se tem a “sensação” de voyeurismo.

Então, finalmente, o fetichismo licencia um voyeurismo irregular. Alguns podem argumentar que o “olhar” dos (majoritariamente masculinos) espectadores observando “A Vênus Hotentote” era desinteressado. Como Freud (1977/1927) argumentou, há, muitas vezes, um elemento sexual no “olhar”, uma erotização do ver (...). Olhar, frequentemente, é dirigido por uma busca desconhecida por prazer ilícito e um desejo o qual não pode ser realizado. (HALL, 2003, p. 268, tradução nossa.)<sup>1</sup>

Os coreanos são produtos desejados que nunca serão obtidos. Por isso, as fãs consomem uma ilusão. Tiram fotos deles nos shows, compram pôsteres, os seguem nas redes sociais, curtem cada foto postada e, em casos mais críticos, compram fotos íntimas de fãs que perseguem e espionam de maneira ainda mais obcecada esses homens, além disso, pagam para que apenas toquem as mãos deles – conhecidos como eventos de *Hi-Touch* –, que é o mais próximo que uma fã vai chegar. Freud (1989) menciona que o toque é indispensável para que, assim, possa atingir o alvo sexual normal, além de que o toque com a pele do objeto sexual é o que proporciona uma fonte de prazer e um afluxo de excitação renovada (FREUD, 1989, p. 146). Quanto ao olhar, Freud diz:

O mesmo se dá com o ver, que em última análise deriva do tocar. A impressão visual continua a ser o caminho mais freqüente (sic) pelo qual se desperta a excitação libidinosa, e é com a transitabilidade desse caminho – se é que esse tipo de consideração teleológica é permissível – que conta a seleção natural ao fazer com o que o objeto sexual se desenvolva em termos de beleza. (FREUD, 1989, p. 146-147).

Juntando a excitação libidinosa em olhar o cantor – que deriva do toque –, com a sensação de voyeurismo ao espia-los através das fotos postadas nas redes sociais, as fãs passam a fetichizar os cantores coreanos, tornando-os seus objetos sexuais, seus objetos de consumo.

Mesmo que eu esteja falando de uma coisificação desses homens, é importante ressaltar que dificilmente um homem será colocado como coisa perante a sociedade. “De acordo com os princípios da ideologia dominante e das estruturas psíquicas que a sustentam, a figura

---

<sup>1</sup> So, finally, fetishism licenses an unregulated *voyeurism*. Few could argue that the ‘gaze’ of the (largely male) onlooker observed “The Hottentot Venus” was disinterested. As Freud (1977/1927) argued, there is often a sexual element in ‘looking’, an eroticization of the gaze (...). Looking is often driven by an unacknowledged search for illicit pleasure and a desire which cannot be fulfilled. (HALL, 2003, p. 268. Itálico no original.)

masculina não pode suportar o peso da objetificação sexual” (MULVEY, 1983, p. 445). Por isso, como dito anteriormente, sabe-se que o cantor coreano navega entre os dois gêneros. Ele é afeminado, delicado, magro, se cuida. Ou seja, para que esse cantor seja coisificado, ele precisa adotar características do gênero feminino. Por mais que sejam homens, eles são coisificados a partir do momento que usam coisas afeminadas ou são afeminados. Também constatei sobre como os coreanos mantêm uma aparência impecável.

Em seu papel tradicional exibicionista, as mulheres são simultaneamente olhadas e exibidas, tendo sua aparência codificada no sentido e emitir um impacto erótico e visual de forma a que se possa dizer que conota a sua condição de “para-ser-olhada”. A mulher mostrada como objeto sexual é o *leitmotiv* do espetáculo erótico: de garotas de calendário até o *strip-tease*. (...) (MULVEY, 1983, p. 444, original em itálico)

A partir de Mulvey, podemos entender que os cantores coreanos são produzidos “para-serem-olhados”, admirados, desejados. Sendo vistos dessa forma, eles são coisificados, não só por serem meros produtos do capitalismo, mas também porque possuem características femininas e isso possibilita que eles possuam, também, o peso de objeto perante uma sociedade patriarcal.

### 2.3 MATERNIDADE

A maternidade é um assunto muito presente sobre a vida das mulheres. Alguns dizem que é a maternidade que torna a mulher uma “mulher de verdade”, que é o ápice da feminilidade. É como se a mulher não fosse feliz sem filhos (DESPENTES, 2018, p. 18). Somos bombardeadas com propagandas sobre filhos, perguntadas diariamente quando teremos filhos e, se dissemos que não queremos, somos bombardeadas com críticas. Não temos essa escolha. E, mesmo que a escolha seja ter filhos, acabamos tendo-os em uma sociedade hostil.

A felicidade feminina não existe sem filhos, mas cria-los em condições decentes será quase impossível. É preciso, de qualquer jeito, que a mulher se sinta fracassada. O que quer que elas façam, devemos poder demonstrar que não o fizeram direito. Não há atitude correta, o fato é que nós cometemos um erro ao fazer nossas escolhas e somos tidas como responsáveis por uma falência que é, na verdade, coletiva e mista. As armas empregadas contra nosso gênero são específicas [...]. (DESPENTES, 2018, p. 18-19.)

É fato que a sociedade hipervaloriza a maternidade, tornando-a uma condição feminina gloriosa (DESPENTES, 2016, p. 20). Essa maternidade acaba se tornando

compulsória, sendo naturalizada como uma obrigação quando a menina se torna adulta e, além disso, ainda somos cercadas de brinquedos voltados para a maternidade, como bonecas, e acabamos sendo “mães” dessas bonecas.

Despentes (2016) diz que a mãe tem poder, já que é ela que detém o saber do que é bom para as crianças. Posso dizer que isso diz respeito às fãs que tratam os ídols como crianças, já que são elas que possuem esse dom de saber o que é bom para eles, para a saúde deles. Porém, não é só disso que as fãs maternais são caracterizadas.

No livro *Obras Completas de Sigmund Freud*, volume 22, Freud (1976) disserta sobre a feminilidade e o complexo de Édipo feminino. Ele comenta como a menina possui uma forte conexão sexual com a mãe.

E agora encontramos mais uma vez a fantasia de sedução pré-edípica das meninas; contudo, o sedutor é regularmente a mãe. [...] Pois foi realmente a mãe quem, por suas atividades concernentes à higiene corporal da criança, inevitavelmente estimulou e, talvez, até mesmo despertou, pela primeira vez, sensações prazerosas nas genitais da menina. (FREUD, 1976, p. 149.)

Porém, ao se dar conta da ausência do pênis e, por fim, descobrir que a figura materna também é castrada, ela acaba ficando frustrada e culpa a mãe por não ter um falo. Com isso, passa a ter inveja do pênis e deseja possuir um também. Sua saída é dirigir seus desejos sexuais ao pai, tornando-se rival da mãe, já que é ela que possui a atenção daquele que a menina deseja. Antes, a menina brincava com a boneca, fingindo que ela era a sua mãe e a boneca, ela mesma, porém, agora, a menina faz da boneca filha do pai.

Não nos passou despercebido o fato de que a mesma desejou um bebê anteriormente, na fase fálica não perturbada; este era, naturalmente, o significado de ela brincar com bonecas. Todavia esse brinquedo não era, de fato, expressão de sua feminilidade; serviu como identificação com sua mãe, com a intenção de substituir a atividade pela passividade. Ela estava desempenhando o papel de sua mãe, e a boneca era ela própria, a menina: agora ela podia fazer com o bebê tudo o que sua mãe costumava fazer com ela. Não é senão com o surgimento do desejo de ter um pênis que a boneca-bebê se torna um bebê obtido de seu pai. [...] Com muita frequência, em seu quadro combinado de ‘um bebê de seu pai’, a ênfase é colocada no bebê, e o pai fica em segundo plano. (FREUD, 1976, p. 158.)

Ao transferir o desejo de ter um pênis-bebê com o pai, a menina, então, entra na situação do complexo de Édipo. Enquanto os meninos acabam encontrando uma razão para destruir o complexo, já que ficam com medo da castração, as meninas acabam ficando sem um motivo, já que, com a inveja do pênis, o complexo se torna seu refúgio. Então, o complexo

acaba se mantendo por um longo período e, quando finalmente é destruído, a mulher o destrói de maneira incompleta (FREUD, 1976, p. 159).

Quando se torna adulta, a mulher, então, deseja ter um filho homem, para que ele possa suprir seu desejo de ter um pênis. A mulher, por conseguinte, vincula-se ao filho de maneira afetiva, assim como sua mãe era com ela. Além disso, Freud (1976) diz “Um casamento não se torna seguro enquanto a esposa não conseguir tornar seu marido também seu filho, e agir com relação a ele como mãe”. Levando tudo isso em consideração, posso dizer que as fãs veem os cantores como suas bonecas, seus pênis-bebês, seus filhos. Elas querem cuidar dos meninos, como filhos, assim como suas mães cuidaram delas. Elas querem, inevitavelmente, despertar o prazer nesses homens, assim como sua mãe despertou nelas. Portanto, mesmo que de maneira maternal, os coreanos não estão escape de tornarem-se meros objetos sexuais das fãs.

### 3 METODOLOGIA

Como já sabemos, o BTS é um boygroup muito popular. Ele possui várias páginas brasileiras de fãs na internet, mas observaremos uma em específico do Instagram, com o usuário “btsbrasil\_official”, que possui mais de 200 mil seguidores. A partir dessa página, foi observado os comentários das fãs e, assim, saber como as mulheres brasileiras reagem às fotos dos membros, como elas enxergam a masculinidade deles. Para isso, usei uma série de autores que falam sobre gênero, como Virginie Despentes (2018), que fala sobre a masculinidade viril imposta aos homens, assim como sobre maternidade compulsória e Sun, que fala sobre a masculinidade dos coreanos. Também usaremos Byung-Chul Han, um autor que disserta sobre a sociedade da transparência e Guy Debord, que comenta sobre a sociedade do espetáculo. Também faremos uso de Sigmund Freud, Michel Foucault e Stuart Hall, que falam sobre sexualidade e complexo de Édipo, fetichismo e poder.

A pesquisa é, então, documental e bibliográfica, com caráter qualitativo.

Segundo Rauen, pesquisas qualitativas:

visam a compreender um fenômeno em seu sentido mais intenso. Entre as características essenciais podem ser destacadas: a objetivação, que é o esforço metódico do pesquisador de conter a subjetividade; a validade interna, que se fundamenta na triangulação de achados, pesquisadores, teorias e métodos; a validade externa, que se fundamenta na generalização naturalística, a confiabilidade, que determina em que medida os dados de pesquisa são consistentes ou podem ser reproduzidos; e a ética na coleta, análise e disseminação dos achados. (RAUEN, 2015, p.549).

A partir da observação dos comentários, duas categorias foram criadas: materna e amante. Os resultados esperados da pesquisa são, então, que as fãs que possuem uma figura materna tratem os integrantes como crianças, suas bonecas e, conseqüentemente, desejam cuidar desses homens, assim como suas mães cuidaram delas, e serem as primeiras a dar prazer a eles, bem como, que as fãs com uma figura de amante sexualizem esses homens de maneira mais aberta e, também, sejam mais possessivas em relação a eles, já que fantasiam que são namoradas dos mesmos.

## 4 ANÁLISE

A análise foi feita a partir de comentários em postagens feitas no Instagram *bts\_brasilofficial*, no qual é postada atualizações sobre o *boygroup* BTS, como notícias ou fotos que eles postam em outras plataformas, como o Twitter. Sabendo disso, analisei as 14 postagens mais comentadas, da data do show que o BTS fez no Brasil, nos dias 25 e 26 de maio, até 19 de setembro. Tomei o cuidado de separar postagens que fossem apenas atualizações de fotos postadas pelos integrantes no Twitter ou Instagram, já que a *fanbase* posta também notícias e as fãs, ao comentarem, focam na notícia e não na foto. A foto comentada também é de extrema importância, porque é a partir dela que entenderemos como a masculinidade suave funciona.

### 4.1 AS FÃS COMO FIGURAS MATERNAS

Observando BTS, já sabemos que o grupo se trata de 7 homens, com idade entre 22 e 27 anos. O mais novo, JungKook, nasceu no ano de 1997, enquanto o mais velho, Jin, nasceu em 1992. Porém, por mais que os integrantes já sejam adultos, é comum ver as fãs tratando-os como crianças, de uma maneira materna. Elas não só comentam como se estivessem falando com bebês, mas também se preocupam com eles, ressaltando como, aparentemente, eles emagreceram ou estão trabalhando demais. A maternidade compulsória faz com que as fãs acabem acreditando que devem tratar esses meninos como seus filhos e que são elas que detém o saber do que é bom ou não para eles (DESPENTES, 2018).

Aqui, as fãs iludem-se mais com a ideia de que são mães dos integrantes, do que namoradas. Até mesmo em fotos com um apelo mais sexual, como a que foi postada no dia 11 de setembro, as fãs estão mais preocupadas com a saúde do integrante, do que com a foto em si.

Figura 1 – Foto do Jimin



Fonte: Instagram (2019).

Uma fã comentou “É impressão minha ou o Jimin está mais magrinho?”, enquanto outras fãs ressaltavam a sensualidade da foto, assim como, uma fã comentou “O bebê não é um bebê”, como mostra nas figuras a seguir:

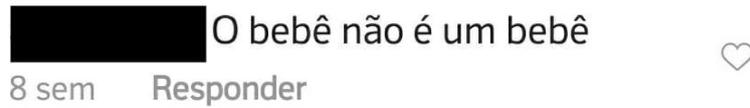
Figura 2 - Comentário da fã 1

██████████ Impressão minha ou parece  
que o Jimin tá muito magrinho? 

8 sem    Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 3 - Comentário da fã 2



fFonte: Instagram. (2019)

A fã acaba dando a ideia de que ela tratava Jimin, que tem 24 anos, como um bebê. Entrando no perfil dessa fã em específico, ela tem 18 anos. É muito comum ver comentários de mulheres muito mais novas que os integrantes os tratando como crianças, como suas bonecas, seus brinquedos. As fãs acabam tratando os cantores dessa forma também com uma objetificação sexual, já que, elas tratam esses homens como suas bonecas e, além disso, segundo Freud (1976), é a mãe que dá início, inevitavelmente, ao prazer do filho e é isso que as fãs acreditam que vão fazer.

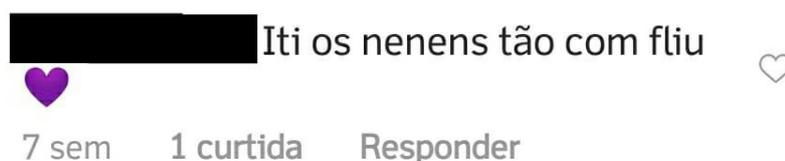
Outra expressão muito utilizada pelas fãs é “iti malia”, que se popularizou nos últimos dois anos. Essa expressão, inicialmente, era usada com animais fofos e, agora, é usada com tudo que transmite fofura. Na Figura 6, a expressão “iti malia”, mais as frases chamando-os de bebês ou falando de um jeito infantil, são as mais usadas.

Figura 4 - Comentário da fã 3



Fonte: Instagram. (2019)

Figura 5 - Comentário da fã 4



Fonte: Instagram. (2019)

A foto (Figura 6) é bem comum, não há nada que transmita uma fofura, mas, ainda assim, as fãs acabam reagindo dessa maneira.

Figura 6 - Foto do Jimin e do RM



Fonte: Instagram. (2019)

Essas fãs consomem uma ilusão, da mercadoria moderna, (DEBORD, 1997, p. 33) de que esses homens, todos já com mais de 20 anos, não passam de crianças. Como esses homens são diariamente expostos, logo, igualam-se a uma mercadoria, já que o capitalismo faz a pornografização da sociedade imperar e, assim, expõe e exhibe tudo como mercadoria (HAN, 2017, p. 59). Enquanto algumas acreditam que um dia irão namorar com esses homens, essas preferem acreditar que eles serão eternas crianças. Crianças que precisam do cuidado e tratamento de uma mãe e que essa mãe é ela. Por isso, reagem dessa forma até mesmo às fotos

com apelo sexual. Por mais adultos que eles aparentem ser, elas usam uma voz infantil com esses cantores e tratam-nos como bebês.

Aqui, a masculinidade suave é importante, pois, nas fotos, é perceptível que esses homens navegam entre os dois gêneros. Até mesmo na Figura 1, na qual Jimin sensualiza, os traços afeminados da face dele são bem característicos e se misturam com a ação da retirada da camisa – algo bem “masculino” –, o que faz os dois gêneros – feminino e masculino – entrarem num equilíbrio (SUN, 2011, p.48). Então, pode ser por isso que as fãs acabam reagindo de uma maneira mais materna em relação a eles. Sun relata que as fãs usam o termo “afetuoso” para caracterizar a aparência de Bae YongJoo, pioneiro na popularização da masculinidade suave, o que pode despertar essa vontade de “cuidado”.

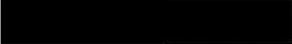
Enquanto as fãs de Bae eram mulheres em meia idade, as fãs do BTS são jovens. As fãs japonesas, entrevistadas por Sun, gostam da masculinidade suave performada por Bae YongJoo, porque ela traz um ar de pureza, lembrando-as de seu primeiro amor (SUN, 2011, p. 48). Todas essas lembranças são justificadas pela masculinidade suave, também performada, como já disse, por BTS. Em relação às fãs brasileiras, posso dizer que elas acabam vendo esses homens como filhos e, por isso, acabam tratando-nos de uma maneira materna, já que eles possuem esse equilíbrio entre os dois gêneros e podem trazer esse ar de “afeto”. Ao trata-los como filhos, as fãs acabam acreditando que são elas que possuem o poder de saber o que é bom para a saúde e para a vida desses homens (DESPENTES, 2018, p. 20).

As fãs que possuem uma figura materna acreditam que detém essa sabedoria do que é bom e saudável para os integrantes do BTS e, por isso, elas que deverão cuidar deles. Junto disso, objetificam sexualmente os cantores, pois elas acabam acreditando que serão elas que darão, inicialmente, o prazer ao filho, ao seu brinquedo, quando estiverem cuidando deles. Por isso, mesmo que a Figura 1 tenha o cunho sexual, elas continuam querendo cuidar da saúde de Jimin, pois é a partir do cuidado que existe a estimulação do prazer (FREUD, 1976) e serão elas que darão este prazer a ele.

## 4.2 AS FÃS COMO AMANTES

Enquanto algumas fãs tratam os integrantes do BTS como crianças, outras, num total extremo, trata-os como amantes. Na mesma Figura 1 com apelo sexual que citei anteriormente, os comentários mais comuns são “Esse garoto abusa do poder que tem sobre nós” ou “Menino ousado”. Além disso, comentam coisas mais apelativas como “Jimin pelado para a nossa alegria”.

Figura 7 - Comentário da fã 5

 Ele abusa do poder q  
 tem não é possível ... Eu morri aqui   
 8 sem    Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 8 - Comentário da fã 6

 jimin tá muito ousado kkkk  
 adooooo   
 8 sem    Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 9 - Comentário da fã 7

 Jimin pelado pra nossa  
 alegria 🙌   
 8 sem    1 curtida    Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Ressalto, aqui, que, por mais que a foto tenha um apelo mais sexual, Jimin não chega nem a mostrar seu tórax desnudo. A foto se trata de uma sequência do rapaz tirando a camisa e as expressões que ele usa são mais adoráveis do que sensuais. Porém, ainda assim, o foco dos comentários, nessa foto em específico, está na sequência em que ele está tirando a camisa – uma ação bem “masculina”, como já foi comentado. Com a exposição, o corpo acaba

sendo igualado a uma mercadoria, é sexualizado como objeto de excitação e sendo consumido por essas fãs (HAN, 2017, p. 26-27). Mulvey (1983) diz que a figura masculina não suporta o peso da objetificação sexual, já que a nossa sociedade tem como ideologia dominante a patriarcal. Mas, como já citei anteriormente, a masculinidade suave traz a feminilidade para esses homens e é essa feminilidade que possibilita que eles se tornem objetos sexuais para as fãs.

Porém, as fãs “amantes” não tratam os integrantes apenas com sexualização. Elas fantasiam e acreditam que são namoradas desses homens. Na Figura 10, desta vez do RM, surge o boato de que uma garota – possivelmente namorada dele – havia tirado a foto, pois aparece um reflexo, quase imperceptível, de uma pessoa tirando a foto.

Figura 10 - Foto do RM



Fonte: Instagram. (2019)

Os comentários dessa postagem, então, são focados nesse boato. Inclusive, a própria fanpage ataca as fãs questionando: “Será que é uma namorada, a mãe ou o JungKook?”. Surgiram muitas fãs “assumindo” que eram elas nas fotos, até mesmo criando histórias como “Sou eu que estou ali. Não aguento mais esconder isso, mas eu e o Namjoon estamos noivos”. Outra ainda diz “Se for namorada, felicidades. Mas ele continua sendo meu namorado sem saber”.

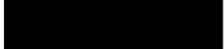
Figura 11 - Comentário da fã 8

 MANO. SOU EU QUE  
 TO ALI. TA BOM PRA VOCÊS ? Não  
 aguento mais esconder isso. Eu e  
 Namjoon estamos noivos 

10 sem 8 curtidas Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 12 - Comentário da fã 9

 Querem a verdade? Sou eu  
 ali. \*iludida\* 

10 sem 1 curtida Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 13 - Comentário da fã 10

 Se for a namorada dele  
 muitas felicidades haha, porém ele  
 ainda continua sendo Meu namorado  
 sem saber. Bjs 

10 sem Responder

Fonte: Instagram. (2019)

Ou seja, essas fãs fantasiam que, um dia, namorarão ou casarão com algum dos integrantes do BTS. Não bastasse isso, na mesma foto, há algumas fãs comentando que sentiriam ciúmes, caso o boato fosse real e, dizendo que “morreria, se for uma menina”. Muitas preferiram acreditar que é a mãe no reflexo ou o JungKook – o outro integrante -, já que ele está com o cabelo mais comprido.

Figura 14 - Comentário da fã 11

██████████ huum e msm verdade que o RM tá namorando sla? ( se ele estiver eu ficarei com ciúmes sim kk,mais o importante é a felicidade dele Aaah ) pmlld meu santo yoongi alguém mim explicar pq mano aah vou morrer

10 sem [Responder](#) 

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 15 - Comentário da fã 12

██████████ Estou quase morrendo , se for uma garota ksksksk;-;

10 sem [Responder](#) 

Fonte: Instagram. (2019)

Figura 16 - Comentário da fã 13

██████████ Gente, dá para ver certinho que é o JK quem está tirando, pronto, mistério resolvido 😁

10 sem [Responder](#) 

Fonte: Instagram. (2019)

Além desses comentários, entre as 14 fotos que analisei, essa foto em especial do RM é a mais comentada. RM é o menos popular entre os meninos e o que recebe menos comentários nas fotos, mas ao surgir o boato que ele possivelmente estaria namorando, as fãs acabam ficando mais alvoraçadas, algumas apoiando o possível namoro e outras, demonstrando ciúmes ou fantasias. Como as fãs acabam vendo-os como meras imagens-objetos (HAN, 2017, P. 93-4), a possessividade sobre eles torna-se fácil de sentir. “O capitalismo acentua a pornografização da sociedade, expondo e exibindo tudo como mercadoria” (HAN, 2017, p. 59). Por isso, as fãs ficam enciumadas ao apenas ouvirem um boato. Elas preferem fantasiar que esses homens, mesmo que com mais de 20 anos e muito populares, nunca encostaram numa garota e que eles estão sendo guardados para elas. Ou seja, consomem uma ilusão (DEBORD, 1997, p. 33). Porém, por mais que elas acabem consumindo essa ilusão, o próprio BTS incentiva esse consumo, declarando, por exemplo, que as *ARMYS* (fãs do BTS) são namoradas deles. A própria empresa expõe os meninos como mercadorias, objetos para serem consumidos, o que serve como incentivo para essa ilusão. Os comentários em relação a isso já são chamativos, mas existem também publicações do próprio *fansite* falando sobre como o BTS as chamam de namoradas, fazendo uso de memes, por exemplo, falando em como são iludidas em acreditarem que são namoradas deles, mas preferem continuar acreditando, como mostra a figura a seguir.

Figura 17 - Meme das fãs sendo chamadas de namoradas



Curtido por [REDACTED] e outras pessoas

**btsbrasil\_official** No nosso fandom não tem isso de idade, todo mundo sofre e é trouxa igual hahahahaha

Quem mais se derrete todx com esse papinho do BTS de dizer que somos namoradas deles? 😂

Não tem jeito, até com uns 90 anos nós ARMYs, vamos continuar sendo trouxas por esses caras :'D

Fonte: Instagram. (2019)

Quando prestamos atenção na Figura 10, na qual RM está “distraído”, enquanto alguém tira a foto, podemos dizer que isso passa uma sensação de voyeurismo. Ao olhar o cantor e ter essa sensação de espionagem, as fãs passam a fetichizá-los, tornando-os objetos

sexuais e de consumo. É o olhar que dirige para uma busca desconhecida por prazer ilícito e um desejo o qual não pode ser realizado e é o olhar que deriva ao toque (HALL, 2003, p. 268). Os cantores do BTS são os produtos desejados que nunca serão obtidos. Com isso, as fãs consomem essa ilusão, essa fantasia de que um dia irão namorar esses homens, irão tocá-los, tê-los, porém, é um desejo que não pode ser e não será realizado.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho propôs, então, uma análise de como as fãs brasileiras do grupo BTS reagem a masculinidade suave que os integrantes possuem. Para tanto, usei o autor coreano Sun (2016), que fala como a masculinidade suave é um equilíbrio dos dois gêneros – feminino e masculino. Além de Sun, usamos Despentes (2018) para falar sobre como a masculinidade é imposta de uma maneira grosseira para os homens, proibindo-os de coisas importantes, como expressar emoções e, também, para falar sobre a maternidade compulsória, naturalizada como uma obrigação para as mulheres, junto do poder que esta traz a elas. Também usei o autor coreano Han (2016), para fundamentar a sociedade pornográfica em que, hoje, vivemos, fazendo tudo ser ultraexposto, bem como, traz o conceito de como nos tornamos todos objetos do capitalismo. Porém, vivemos numa sociedade patriarcal e é a partir de Mulvey que entendemos que homens não costumam carregar o peso de objetos, no entanto, como os integrantes do BTS navegam entre os dois gêneros, eles acabam sendo coisificados. Bem como, Foucault foi usado para falar sobre homens afeminados pela história. Já Hall foi usado para falar de fetichismo, junto de Freud, que também foi usado para falar do complexo de Édipo feminino. E, enfim, Debord que mostra como somos consumidores de ilusões.

Com o suporte de todos esses autores, concluí que as fãs, sendo elas figuras amantes ou maternas, objetificam e sexualizam esses homens. As amantes, sem escrúpulos, demonstram uma sexualização mais afoita, além de uma possessividade ainda maior sobre eles, já que fantasiam que são namoradas e proprietárias desses homens, visto que a possessividade é facilitada por conta da posição objeto que eles se encontram perante a sociedade capitalista. As mães acabam aparentando serem mais cuidadosas e os tratam como crianças, porém, este cuidado é justificado por simplesmente ter o desejo de ser aquela que introduz esses homens ao prazer com seu cuidado e afeto, cuidado este que só elas podem dar, já que são as mães que sabem o que é bom para seus filhos. A masculinidade suave, em relação as fãs que possuem uma figura materna, é importante aqui, pois é ela que traz o ar afetuoso, como se esses homens precisassem de uma mãe para cuidar deles. Além disso, é a masculinidade suave que permite que a objetificação sexual ocorra, já que, como disse anteriormente, os homens não suportam a objetificação numa sociedade patriarcal.

Outras pesquisas com essa temática serão de extrema utilidade e muito bem-vindas, para que possamos explorar mais a respeito das fãs brasileiras e sua relação com a masculinidade suave presente, não só nos integrantes do BTS, mas também em muitos outros *boygroups* do k-pop e, assim, contribuiremos com a academia sobre esse tema.

## REFERÊNCIAS

- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo**. 1 ed. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, 1997.
- DESPENTES, Virginie. **Teoria King Kong**. 2. ed. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- SUN, Jun. **Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-pop Idols**. 1 ed. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2011.
- FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade, 2: O Uso dos Prazeres**. 8 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1998.
- FREUD, Sigmund. **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud: edição standard brasileira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1989. v. 7.
- \_\_\_\_\_. **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud: edição standard brasileira**. 1. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1976. v. 22.
- HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. 1. ed. Londres: Sage Publications, 2012.
- HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2017a.
- \_\_\_\_\_. **Agonia do Eros**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2017b.
- INSTAGRAM. **BTS Brasil**. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/p/B2RW57EDCsK/?igshid=9pkf8iqtfamk>. Acesso em: 19 set. 2019.
- \_\_\_\_\_. **BTS Brasil**. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/p/B2jOHTxD66n/?igshid=1lr4o6sgw4402>. Acesso em: 19 set. 2019.
- \_\_\_\_\_. **BTS Brasil**. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/p/B1rTE1SD2N0/?igshid=3od3x6xni6q8>. Acesso em: 19 set. 2019.
- \_\_\_\_\_. **BTS Brasil**. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/p/BywHE4ND4YZ/?igshid=567nogzwt1jl>. Acesso em 19 set. 2019.
- MULVEY, Laura. **Prazer Visual e Cinema Narrativo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal; Embrafilme, 1983.
- NAÍSA, Letícia. **Geopolítica do Kpop: a música que vira a cabeça (e os corpos) dos adolescentes faz parte de um projeto estatal**. Disponível em:  
<https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/#geopolitica-do-kpop>. Acesso em: 2 jun. 2019.

ROMANO, Aja. **How K-pop became a global phenomenon**. Disponível em: <https://www.vox.com/culture/2018/2/16/16915672/what-is-kpop-history-explained>. Acesso em: 2 jun. 2019.