



AS PLATAFORMAS SOCIODIGITAIS COREANAS IMPULSIONAM O TRABALHO GRATUITO DOS FÃS DA BANDA B.T.S.¹

Marcos DANTAS²; Ana Maria de Almeida RIBEIRO³

¹ GT3 – Indústrias Mediáticas

² UFRJ/IBICT, marcos.dantas@eco.ufrj.br

³ UFRJ/IBICT, ribeiro@acd.ufrj.br

RESUMO

Um fenômeno, de destaque internacional, desde 2018, é o crescimento da indústria cultural coreana – a “Onda Coreana” (*Hallyu*) no ocidente. Em 2020, a produção sul-coreana “Parasita” (OGLOBO, 2020) foi a grande vencedora do Oscar 2020, sendo a primeira produção de língua não inglesa a ganhar o prêmio de melhor filme. A produção coreana, com tema central no conflito de classes sociais, estimulou a busca por outras produções coreanas (ESP, 2020) como K-Drama, séries exibidas nas redes de televisão e na internet, em plataformas (Netflix, YouTube etc.), e o K-Pop, gênero musical popular, no qual a banda BTS quebrou todos os recordes, inclusive os dos Beatles (UOL, 2020).

Com referencial teórico nas obras de Marx ([1858] 2011), Dantas (2006, 2011, 2017), Harvey (2008, 2018), Debord ([1968] 1997), Sibilía (2016), Sierra Caballero e Sola-Morales (2021) e Bastos (2020), analisamos os elementos da indústria cultural que identificam o atual estágio de desenvolvimento do capitalismo contemporâneo. Esta comunicação busca contribuir para reflexões sobre o processo de trabalho subordinado à lógica capitalista de acumulação baseada na renda informacional (DANTAS, 2006), a busca constante do capital para reduzir seus tempos de rotação (HARVEY, 2008), o papel da cultura como um motor de mudança social e a mercantilização de produtos estéticos ou artísticos, ao mesmo tempo em que restringe a diversidade e o pluralismo, pode aumentar a participação e o empoderamento social (SIERRA CABALLERO & SOLA-MORALES, 2021) e o caráter político do engajamento (BASTOS, 2020).

A cultura tem se apresentado como objeto de um processo de trabalho e valorização voltado para a acumulação, baseado na apropriação de rendas monopolistas, extraídas da propriedade intelectual, usando a internet. O capital esvazia a mercadoria de seu valor de troca, elevando-a a puro uso estético, valor somente realizado se a renda gerada estiver vinculada a algum direito de propriedade intelectual (DANTAS, 2011).

O trabalho analisa a plataforma web coreana Weverse (2019) e o serviço de streaming de vídeo ao vivo de artistas sul-coreanos, VLive (2015), como influenciadores na organização e mobilização de trabalhos gratuitos realizados por fãs da banda BTS, atuando como uma “praça de mercado” (DANTAS, 2017), gerando lucros para a empresa e para os membros da banda (INHAM, 2020). O conteúdo inserido nas plataformas, aliado ao conteúdo que os fãs (re)produzem nas redes sociais, leva a um engajamento no processo de produção cultural e à criação de novos conteúdos, o que aumenta os lucros da agência e dos artistas (FIGURA 1 e 2), bem como, ao apoio dos fãs para intervenção na política social, nos temas abordados pela banda de igualdade de gênero, defesa dos direitos LGBTQ+ e saúde mental (KIM, 2018).

Para este estudo, utilizamos pesquisa bibliográfica, observação direta em redes sociais e em canais específicos de participação de fãs (ARMYs). Este trabalho faz parte dos estudos e

investigações sobre o capital da informação na sociedade capitalista, baseado no espetáculo e no consumo, realizado no Grupo Marxiano de Pesquisa em Informação, Comunicação e Cultura (ComMarx), da Universidade Federal de Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERROGAIN, I. e AVELINO, Y. **O fenômeno BTS: 5 vezes em que o grupo fez história.**

Tracklist, dezembro, 2020. Disponível em <https://tracklist.com.br/bts-grammy/93124/amp>. Acesso em 4.ago.2022

BANGTAN. [Projeto SOS] **Oxigênio para Manaus.** Bangtan News Brasil @BTSNewsBrasil,

16.jan.2021. Disponível em <https://twitter.com/btsnewsbrasil/status/1350485003071856644>. Acesso em 4.ago.2022

BASTOS, P. N. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, Vol.14, N.1, 193-220, 2020. Disponível em <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p193-220>. Acesso em 4.ago.2022

BRAGA, L. BTS: O fenômeno K-pop além da dimensão musical. **Desenvolvimento e Sociedade**, N.7, 2019. Disponível em <https://xdocs.com.br/doc/bragal-bts-o-fenomeno-k-pop-alem-da-dimensao-musical-6nw5qrk9w2n1>. Acesso em 4.ago.2022

BTS ARMY CENSUS. **Pesquisa internacional Censo 2020**, 2020. Disponível em <https://www.btsarmycensus.com/results>. Acesso em 4.ago.2022

CARRAS, C. **Even after a blockbuster year, BTS scores only one Grammy nomination.** Los Angeles Times, 23.nov. 2021, em 9h58. Disponível em <https://www.latimes.com/entertainment-arts/music/story/2021-11-23/grammys-2022-nominations-bts-butter>. Acesso em 4.ago.2022

CNN. **BTS e fãs doam mais de US\$ 2 milhões para o movimento Black Lives Matter**, publicado em 8.jun.2020. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/2020/06/08/bts-e-fas-doam-mais-de-us-2-milhoes-para-o-movimento-black-lives-matters>. Acesso em 4.ago.2022

COSTA, M.B. **Em BTS Universe Story, você é quem faz a história.** Canaltech, 23.set.2020. Disponível em <https://canaltech.com.br/jogos-mobile/bts-universe-story-novo-jogo-171918/>. Acesso em 4.ago.2022

DANTAS, M. Informação como trabalho e como valor, **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, N.19, 44-72, 2006. Acesso em 4.ago.2022

DANTAS, M. Milionários nada por acaso: Capital rentista e apropriação do trabalho artístico nas redes do espetáculo, **Revista EPTIC**, Vol. XIII, n.2, mai-ago, 2011. Acesso em 4.ago.2022

DANTAS, M. **Internet: praças de mercado sob controle do capital financeiro.** Curitiba, Brasil: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 4 a 9 de setembro de 2017. Acesso em 4.ago.2022

DANTAS, M. The Financial Logic of Internet Platforms: the Turnover Time of Money at the Limit of Zero, **TripleC**, Vol.17, N.1, 132-158, 2019. Acesso em 4.ago.2022

DANTAS, M.; RAULINO, G. Trabalho da audiência e renda informacional no Facebook e no YouTube, **Revista EPTIC**, Vol. 22, N. 1, jan./abr. 2020. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12215>. Acesso em 4.ago.2022

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Contraponto, [1968]1997.

EBC. **Sucesso no Oscar, Coreia do Sul também manda bem nos games**, publicado em fevereiro, 2020. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2020-02/coluna-sucesso-no-oscar-coreia-do-sul-tambem-manda-bem-nos-games>. Acesso em 4.ago.2022

EL PAÍS. **Tiktokers' e 'kpopers' adentram a arena política**. Publicado em 7.jul.2020. Disponível em <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-07-07/tiktokers-e-kpopers-adentram-a-arena-politica.html>. Acesso em 4.ago.2022

ESP. **De Parasita a K-Pop: a bilionária 'onda coreana'**. São Paulo, Brasil: Estado de São Paulo, em 29.mai.2020. Disponível em <https://investidor.estadao.com.br/comportamento/kpop-parasita-a-bilionaria-onda-coreana>. Acesso em 4.ago.2022

FONTENELLE, I. **Cultura do consumo**. FGV Editora, 2017

FUCHS, C. Dallas Smythe today – the audience commodity, the digital labour debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a digital labour theory of value, **TripleC**, Vol. 10, N.2, 692-740., 2012. Disponível em <https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.443>. Acesso em 4.ago.2022

FRATER, P. **Netflix to Spend \$500 Million on Korean Content This Year**. Variety, 24.fev.2021. Disponível em <https://variety.com/2021/streaming/asia/netflix-korean-content-spending-1234914743/>. Acesso em 4.ago.2022

HARDY, J. (2014). **Critical Political Economy of the Media**. Routledge, 2014

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. Edições Loyola, 2008

HARVEY, D. **A Loucura da Razão Econômica: Marx e o capital no século XXI**. Boitempo, 2018

HESMONDHALGH, D. **The Cultural Industries**. SAGE, 2013

HYBE. **Relatório de Ganhos do quarto trimestre de 2020**. Publicado em 17.mar.2021a. Disponível em <https://www.hybecorp.com/eng/ir/archive/result>. Acesso em 4.ago.2022

HYBE. **Relatório de Ganhos do terceiro trimestre de 2021**. Publicado em 4.nov.2021b. Disponível em <https://www.hybecorp.com/eng/ir/archive/result>. Acesso em 4.ago.2022

HYBE Labels. **Big Hit Entertainment X Universal Music Group | Strategic Partnership Announcement**. EUA e Coreia do Sul, 18.fev.2021. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gHG4XjgUI7Q&t=75s>. Acesso em 4.ago.2022

INGHAM, T. **BTS possui US \$ 108 milhões de Big Hit. Todos os outros artistas estarão atentos**, publicado em 15.out.2020. Disponível em <https://www.rollingstone.com/pro/features/bts->

owns-108-million-of-big-hit-their-fellow-artists-will-be-taking-note-1077634/. Acesso em 4.ago.2022

JAMESON, F. **Pós-modernismo**. Ática, 2006.

KIM, J.H. How BTS Are Breaking K-Pop's Biggest Taboos, **Revista Rolling Stone**, 29.mai.2018. Disponível em <https://www.rollingstone.com/music/music-news/how-bts-are-breaking-k-pops-biggest-taboos-628141/>. Acesso em 4.ago.2022

LAI, K.P. **How Covid-19 is changing everyone's behaviour and how businesses can react**, publicado em 29.mai.2020. Disponível em <https://blogs.sap.com/2020/05/29/how-covid-19-is-changing-everyones-behaviour-and-how-businesses-can-react/>. Acesso em 4.ago.2022

MCDONALD, T.; BAE, J. **The BTS fans investing in their favourite K-pop band**. BBCNews, 14.oct.2020. Disponível em <https://www.bbc.com/news/business-54350428>. Acesso em 4.ago.2022

MARX, K. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política**. Boitempo e Editora UFRJ, [1858] 2011.

MOROZOV, E. **Quem controlará as tecnologias da internet: A batalha geopolítica do 5G**. Le Monde Diplomatique-Brasil, Ed. nº 159, 1º.out.2020. <https://diplomatie.org.br/a-batalha-geopolitica-do-5g/>. Acesso em 4.ago.2022

MCST. **História do Ministério da Cultura, Esportes e Turismo (1948 a 2020)**, 2021 <https://www.mcst.go.kr/english/ministry/history/history.jsp>. Acesso em 4.ago.2022

NAVER. **Relatório Anual 2020 NAVER**. Coreia do Sul, 2020. Disponível em <https://www.navercorp.com/en/investment/annualReport>. Acesso em 4.ago.2022

NONNENBERG, M.J.B.; MARTINS, M.M.V.; PEDROSA, F.A. (2021, dezembro 15). **Um novo acordo comercial para Ásia e Oceania: a parceria econômica abrangente**. IPEA, 15.dez.2021. Disponível em <https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2020/12/um-novo-acordo-comercial-para-asia-e-oceania-a-parceria-economica-abrangente/>. Acesso em 3.ago.2022

NPS. **National Pension Service: Investment Manegment**. Domestic Equity, 2021. Disponível em https://fund.nps.or.kr/jsppage/fund/mcs_e/mcs_e_04_01_01.jsp. Acesso em 2.ago.2022

OGLOBO. *'Parasita' é o grande vencedor do Oscar 2020, com quatro prêmios*. Publicado em 10.fev.2020. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/oscar/2020/noticia/2020/02/10/parasita-e-o-grande-vencedor-do-oscar-2020.ghtml>. Acesso em 4.ago.2022

PINTO, Alvaro Vieira. **Ciência e existência: problemas filosóficos da pesquisa científica**. Contraponto, [1967] 2020.

SANTANA, A.G.; SANTOS, S.T. O Consumo Cultural de Jovens na Cultura Hallyu, **Dossiê Consumo e Subjetividade Arq. do CMD**, Vol.7, N.2., agosto/dezembro, 2018 <https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/22455>. Acesso em 4.ago.2022

SCHOLZ, T. (Ed.) **Digital Labor: The Internet as Playground and Factory**. Routledge, 2013.

SEO, Y., e HOLLINGSWORTH, J. **BTS' army of admirers: Inside one of the world's most powerful fandoms**. CNN Asia published 21.oct.2019. Disponível em <https://edition.cnn.com/2019/10/12/asia/bts-fandom-army-intl-hnk/index.html>. Acesso em 4.ago.2022

SERJEANT, J. **BTS vence principal prêmio do American Music Awards**. Publicado em novembro, 2021, às 8h34am. Disponível em <https://f5.folha.uol.com.br/musica/2021/11/bts-vence-principal-premio-do-american-music-awards.shtml>. Acesso em 4.ago.2022

SIBILIA, P. **O show do EU**. Contraponto, 2016

SIERRA CABALLERO, F. (Ed.) **Economía Política de la Comunicación**. Comunicación Social, 2021.

SIERRA CABALLERO, F.; SOLA-MORALES, S. El lugar de la cultura en la era del capitalismo cognitivo. Notas para una discusión sobre ciudadanía digital, **Comunicación y Hombre**, N.17, 253-269, 2021.

SIMON, K. **Datereport Digital 2021: Global Overview Report**, 2021 Disponível em <https://datereport.com/reports/digital-2021-global-overview-report?rq=digital%20global%202021>. Acesso em 4.ago.2022

SMYTHE, D.W. Communications: Blindspot of Western Marxism, **Canadian Journal of Political and Social Theory**, N.1, Vol. 3, 1-27, 1977.

STRAMASSO, C. **BTS: Jungkook faz pijama de R\$ 2,3 mil esgotar após live**. Portal Popline, publicado em 29.jul.2021. Disponível em <https://shre.ink/mYVL>. Acesso em 4.ago.2022

SUGGITT, C. **BTS single "Butter" breaks five world records across YouTube and Spotify**, publicado em 25.mai.2021. Disponível em <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2021/5/bts-single-butter-breaks-five-world-records-across-youtube-and-spotify-661556>. Acesso em 4.ago.2022

TIME. **TIME's 2020 Entertainer of the Year**. Twitter, publicado em 10.dez.2020, as 11h25am. Disponível em <https://twitter.com/TIME/status/1337040806092414981/photo/1>. Acesso em 4.ago.2022

TOUSSAINT, E. **Coreia do Sul e o milagre desmascarado**. Comitê para Abolição das Dívidas Ilegítimas (CADTM), publicado em 15.jun.2020. Disponível em <https://www.cadtm.org/Corea-del-Sur-y-el-milagro-desenmascarado>. Acesso em 4.ago.2022

UNIVERSAL. **Universal Music Store – Artist**, 2021. Disponível em Disponível em <https://www.umusicstore.com/artistas>. Acesso em 4.ago.2022

UOL. Beatles e BTS são únicos artistas a baterem recordes de discos em 2020; entenda. **Revista Rolling Stones**, 16.jul.2020. Disponível em <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/beatles-e-bts-sao-unicos-artistas-baterem-recorde-de-discos-em-2020-entenda/>. Acesso em 4.ago.2022

VLIVE. **It's Butter 5~!!**, publicado em 29.jun.2021. Disponível em <https://www.vlive.tv/video/254186>. Acesso em 4.ago.2022

VUITTON, L. **Men's Fall-Winter 2021 Show in Seoul with House Ambassadors BTS** | Louis Vuitton, 2021. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=KsH_V0D4PyA. Acesso em 4.ago.2022

WEVERSE. **Stories After #StopAsianHate**. Weverse Magazine: publicado em 28.jun.2021a. Disponível em <https://magazine.weverse.io/article/view?lang=en&num=192>. Acesso em 4.ago.2022

WEVERSE (2021b). **Weverse Shop. BTS X MacDonalds**. Disponível em https://campaigns.weverseshop.io/bts_mcdonalds_saucy_melting_global. Acesso em 4.ago.2022

ZALLO, R. **Economía de la comunicación y de la cultura**. Akal, 1988.

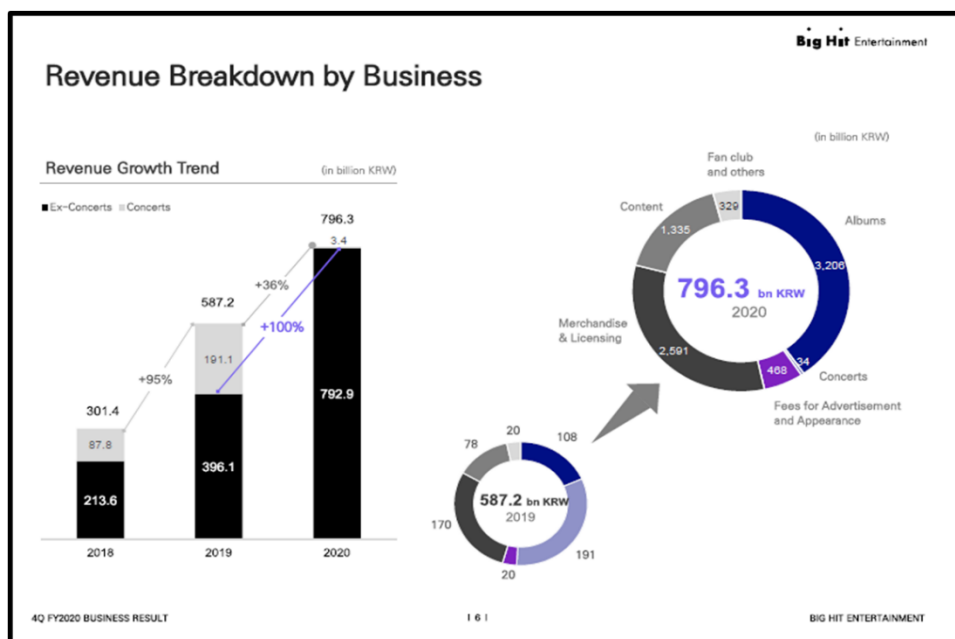


Figura 1: Big Hit - Repartição da Receita por Localização Geográfica
Fonte: Relatório de ganhos do quarto trimestre de 2020 (Hybe,2021a)



Figura 2: Evolução da Hybe desde IPO¹
 Fonte: Relatório de ganhos do terceiro trimestre de 2021 (HYBE,2021b)

¹ IPO - Initial Public Offering (Oferta Pública Inicial).