

BOY WITH LUV: K-POP COMO ESPAÇO DE RESSIGNIFICAÇÃO DE GÊNERO E DESCONSTRUÇÃO DA MASCULINIDADE

HSU Ya Ya (UFJF)¹, Júlia GARCIA (UFJF)², Samara Angela TEIXEIRA (UFJF)³
Gabriela BORGES (UFJF/UAlg)⁴

Resumo: Este artigo analisa o videoclipe Boy with Luv (2019) do BTS, com o objetivo de avaliar como a performance e a estética do grupo contribuem para a desconstrução do conceito de masculinidade a partir de uma perspectiva ocidental em diálogo com a formação de identidades. A pesquisa se fundamenta no referencial teórico de Hall (2006) e Butler (2018), que conceituam a identidade como um processo social, fragmentado e performativo, em constante transformação. Para a análise, utiliza-se a proposta teórico-metodológica de Sigiliano, Guida e Borges (2022), que avalia os videoclipes a partir dos planos da expressão, do conteúdo e da mensagem audiovisual. A análise indica que o videoclipe, por meio do figurino, da coreografia e da intertextualidade, pode subverter as expectativas de gênero. Ao contrastar com o trabalho anterior do BTS, Boy in Luv (2014), o MV (*music video*) se estabelece como uma possível forma de resistência cultural. Conclui-se que o grupo sul-coreano pode funcionar como um agente de transformação social, refletindo a profundidade e a relevância de sua influência global na construção de identidades e subjetividades não normativas.

Palavras-chave: BTS; Identidade; Videoclipe.

Abstract: This article analyzes BTS's music video Boy with Luv (2019), with the aim of evaluating how the group's performance and aesthetics contribute to the deconstruction of the concept of masculinity from a Western perspective in dialogue with the formation of identities. The research is based on the theoretical framework of Hall (2006) and Butler (2018), who conceptualize identity as a social, fragmented, and performative process in constant transformation. For the analysis, we use the theoretical-methodological proposal of Sigiliano, Guida, and Borges (2022), which evaluates music videos based on the levels of expression, content, and audiovisual message. The analysis indicates that the music video, through its costumes, choreography, and intertextuality can subvert gender expectations. In contrast to BTS's previous work, Boy in Luv (2014), the MV (*music video*) establishes itself as a possible form of cultural resistance. It is concluded that the South Korean group can function as an agent of social transformation, reflecting the depth and relevance of its global influence in the construction of non-normative identities and subjectivities.

Keywords: BTS; identity; music video.

INTRODUÇÃO

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática, do Observatório da Qualidade no Audiovisual e do Obitel Brasil. E-mail: fhernandayaya@gmail.com.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática, do Observatório da Qualidade no Audiovisual, da Rede Alfamed Jovem e do Obitel Brasil. E-mail: julia.ggaa@gmail.com.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: samara.angela123@gmail.com.

⁴ Orientadora e professora do PPGCOM/UFJF e UAlg. E-mail: gaborges@ualg.pt.

Olhando para trás, foi quando comecei a me preocupar com o que as outras pessoas pensavam de mim e comecei a me ver através dos olhos delas. [...]. Tentei me encaixar nos moldes que outras pessoas faziam. Logo, comecei a calar a minha própria voz e comecei a ouvir as vozes dos outros. Ninguém chamou pelo meu nome, nem mesmo eu. Meu coração parou e meus olhos se fecharam. Então, assim, eu, nós, todos perdemos os nossos nomes. Nos tornamos como fantasmas. [...] Conte-me a sua história. Quero ouvir a sua voz e a sua convicção. Não importa quem você é, de onde você vem, a cor da sua pele, a sua identidade de gênero: fale você mesmo. [...]. Qual é o seu nome? Fale você mesmo! (Informação verbal, 24 de setembro de 2018, tradução nossa).⁵

Esse foi o discurso proferido por Kim Namjoon, líder do *boygroup* sul-coreano BTS, durante a 73ª sessão da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) em 2018. O líder do grupo, também conhecido como RM, discursou sobre a importância de falar sobre si mesmo e de amar a si mesmo, em conjunto com o lançamento da campanha “Love Myself”, na qual os membros são embaixadores para promover o amor próprio e o combate à violência contra jovens.

As palavras de Namjoon dialogam com a questão das identidades descentradas e fragmentadas pontuadas por Hall (2006), que descreve uma “crise de identidade” generalizada. Ela é ocasionada pela constante transformação da sociedade moderna que “está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (Hall, 2006, p. 9).

Dessa forma, a indústria do K-pop, que é historicamente marcada por padrões estéticos e de gênero, como, por exemplo, os cisheteronormativos, “tem se tornado um espaço de contestação, no qual artistas desafiam expectativas sociais por meio de performances, imagens e coreografias” (Urbano; Alves, 2025, p. 158). Artistas e grupos sul-coreanos, como o BTS, têm subvertido essas expectativas, promovendo novas formas de expressão que desafiam a normatividade vigente. Este artigo analisa o videoclipe de *Boy with Luv* (2019) como um estudo de caso desse processo. Lançado em 2019, o

⁵ No original: Looking back, that’s when I began to worry about what other people thought of me and started seeing myself through their eyes.[...]. I tried to jam myself into moulds that other people made. Soon, I began to shut out my own voice and started to listen to the voices of others. No one called out my name, and neither did I. My heart stopped and my eyes closed shut. So, like this, I, we, all lost our names. We became like ghosts. [...]. Tell me your story. I want to hear your voice, and I want to hear your conviction. No matter who you are, where you’re from, your skin colour, gender identity: speak yourself. [...]. What is your name? Speak Yourself!

videoclipe é a faixa-título do *EP Map of the Soul: Persona* e é frequentemente descrito como uma continuação madura e otimista do trabalho anterior do boygroup, *Boy in Luv* (2014).

Nesse contexto, o presente artigo parte das pesquisas desenvolvidas pelo Observatório da Qualidade no Audiovisual, no âmbito do projeto Videoclipe e Identidade⁶. O objetivo do projeto é refletir sobre como a identidade e os temas abordados nos videoclipes, assim como os elementos estéticos e intertextuais, compõem esses produtos midiáticos. O artigo também está em diálogo com o projeto *Ásia Pop*⁷, que visa ampliar os estudos sobre produções midiáticas asiáticas.

K-POP: DA COREIA DO SUL PARA O MUNDO

Com a popularização da *Hallyu*, conhecida também como Onda Coreana, no fim dos anos 90, o fenômeno cultural expandiu sua popularidade por meio dos produtos midiáticos da Coreia do Sul, primeiro na Ásia e depois no mundo, com os K-dramas, o K-pop, entre outros produtos culturais. A presença dos Estados Unidos na Coreia do Sul, durante o período da Guerra da Coreia (1950-1953), fez com que os produtos culturais sul-coreanos tivessem grande influência da cultura ocidental (Albuquerque, Cortez, 2015).

Dessa forma, o K-pop foi influenciado por gêneros musicais do ocidente, como o pop, rap, hip-hop, *R&B*, rock, entre outros estilos, com trechos em inglês como forma de atingir o mercado internacional. Além disso, outra característica que influencia a disseminação desses produtos se dá pelos videoclipes, chamados também de *MVs* (*music videos*), super produzidos e com coreografias que caracterizam o K-pop.

Lie (2012) pontua que aqueles que são atraídos pelas músicas pop americanas também são atraídos pelo K-pop, pelas músicas contagiantes com melodias simples, mas cativantes, pelo tema hegemônico sobre o amor e pelas danças habilidosas. Além disso, a forte influência dos refrões das músicas em inglês, que fazem sucesso, torna difícil

⁶ Disponível em: <<https://tinyurl.com/3nnwyjak>>. Acesso em: 14 set. 2025.

⁷ Disponível em: <<https://bit.ly/ProjetoAsiaPop>>. Acesso em: 27 fev. 2026.

decifrar se a música é em coreano ou outro idioma. Outra questão apontada pelo autor, que chama a atenção para o K-pop, são as produções de *MVs*:

Em geral, os artistas de K-pop são, de acordo com a era dos videoclipes, extremamente fotogênicos (muitas vezes aprimorados por cirurgias plásticas e outras intervenções). Eles exemplificam uma espécie de perfeccionismo pop: melodias cativantes, bom canto, corpos atraentes, roupas descoladas, movimentos hipnotizantes e outros atributos atraentes em um pacote agradável e não ameaçador. (Lie, 2012, p. 356).

Hany (2020) complementa que a música divertida e contagiante é integrada pelos *MVs*, que exibiam elementos ocidentais e sul-coreanos, entre os anos 2000 e 2010, com um “senso de moda peculiar [...] com cenários futuristas, cortes de cabelo e penteados que desafiavam a lei da gravidade, roupas extravagantes e brilhantes e maquiagens carregadas, mesmo entre os meninos” (Hany, 2020, p. 71). Nesse sentido, a autora afirma que “o k-pop é um gênero musical audiovisual no seu sentido mais estrito, feito sob medida para se consumir com os ouvidos e com os olhos” (Hany, 2020, p. 73), a partir da junção da música, do visual e da dança.

Foi com o visual extravagante que o *Bangtan Boys*, conhecido mundialmente como BTS, fez a sua estreia no cenário musical em 2013 com sete integrantes: RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-Hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) e Jungkook (Jeon Jungkook). Inicialmente, o grupo estreou como um grupo de hip-hop, mas expandiu os gêneros musicais incluídos em suas músicas, abordando temáticas como saúde mental, ansiedade e amor próprio.

Com lemas em campanhas globais como “Love Myself” – uma parceria da UNICEF contra o bullying e contra a violência em crianças e jovens – e o “Speak Yourself” – uma extensão da campanha anterior para incentivar os jovens a compartilhar suas histórias, crenças e convicções –, o lema sobre amor próprio se tornou uma forma de promover o empoderamento, incentivando as pessoas a encontrarem suas vozes e se expressarem livremente, independentemente de sua origem ou identidade.

Para além das campanhas, os membros do BTS trazem essas mensagens em suas músicas, em entrevistas nos programas de TV e também na forma como se comportam

diante dos holofotes. Os membros, com o uso de maquiagens, roupas ou acessórios considerados femininos, “redefiniram o significado de masculino e espalharam a positividade de gênero para aqueles que têm medo de perder suas ‘máscaras’” (Angélica, 2021, On-line).

REFERENCIAL TEÓRICO E METODOLOGIA

A análise proposta se fundamenta em eixos teóricos que veem a identidade como um processo dinâmico e construído social e culturalmente. Woodward (2014), por exemplo, argumenta que a identidade é um conceito relacional, pois só existe em oposição a outra identidade, sendo “marcada pela diferença”. A identidade, portanto, não é fixa ou imutável, mas é constantemente construída por meio de sistemas simbólicos que atuam para classificar o mundo. A autora aponta que as antigas fontes de identidade estão em crise e que novos grupos sociais buscam afirmar suas identidades, questionando as posições hegemônicas.

A visão é pautada por Hall (2006), que afirma que a identidade cultural na pós-modernidade é “uma questão tanto de 'tornar-se' quanto de 'ser’”. Ele argumenta que, ao reivindicar uma identidade, nós a reconstruímos constantemente, e que o passado é parte de uma “comunidade imaginada”, o que sugere que a identidade é um processo contínuo de transformação. Para o autor, essa mudança estrutural que transforma as sociedades “está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade. [...]. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados” (Hall, 2006, p. 9).

Nessa perspectiva, Hall (2006) e Butler (2000, 2018, 2019) entendem as identidades sociais como fragmentadas, instáveis, históricas e plurais, ou seja, não como substâncias fixas e universais, mas como uma construção social, performática, multifacetada e contínua, exposta por meio de atos e expressões.

Entretanto, se os atributos de gênero não são expressivos mas

performativos, então constituem efetivamente a identidade que pretensamente expressariam ou revelariam. A distinção entre expressão e performatividade é crucial. Se os atributos e atos do gênero, as várias maneiras como o corpo mostra ou produz sua significação cultural, são *performativos*. (Butler, 2018, s.p., grifo do autor)

Nesse sentido, no K-pop, essa performatividade se manifesta, por exemplo, por meio dos *MVs*, que unem, muitas vezes, uma narrativa contada e/ou performática, e por meio das coreografias dos *idols*⁸, que reproduzem e ressignificam performances. Dessa forma, para a análise do videoclipe, será utilizada a proposta teórico-metodológica de Sigiliano, Guida e Borges (2022), a partir dos estudos realizados por Borges (2014), que compreende o videoclipe como um "instrumento de reafirmação identitária". A proposta de análise é constituída pelo plano da expressão, o plano do conteúdo e a mensagem audiovisual.

O plano da expressão examina os elementos estéticos, como ambientação, efeitos sonoros, fotografia e edição, enquanto o plano do conteúdo analisa a narrativa performática, como o *storyline*, a temática e as referências intertextuais, além dos estereótipos. Já a análise da mensagem audiovisual é pautada pelos parâmetros de qualidade artística, inovação, e originalidade, presentes nos códigos visuais, sonoros, sintáticos e gráficos.

ANÁLISE DO *MV BOY WITH LUV*

Boy with Luv é uma música do BTS em parceria com a cantora americana Halsey, sendo um *single* promocional do EP *Map of the Soul: Persona*, lançado em 2019 em formato físico e nas plataformas de *streaming* pela então Big Hit Entertainment⁹. O lançamento do *MV* ocorreu no dia 12 de abril de 2019 e, no mesmo dia, teve 78 milhões de visualizações em 24 horas. Posteriormente, foi lançada outra versão do *MV*, intitulada *ARMY with Luv*, com mais interações de Halsey com os integrantes e um letrero com a

⁸ Ídolo coreano que treina por anos em agências de talentos para estrearem como artistas de K-pop.

⁹ A empresa renomeou o seu nome para HYBE Corporation para uma reestruturação organizacional, tornando-se Big Hit Music referente às operações musicais da empresa. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hybe_Corporation>. Acesso em: 15 set. 2025.

palavra “army” (nome do *fandom* do BTS) em homenagem aos fãs.

O álbum *Map of the Soul: Persona* faz referência à psicologia analítica de Carl Jung, especialmente à interpretação de Stein em sua obra *Jung: o mapa da alma: uma introdução* (2006). O livro se baseia na teoria de Jung para descrever as partes da psique humana, como Persona, Si-Mesmo, Sombra e a jornada de “individuação”, que é o processo de se tornar um indivíduo único e completo. O fato de o BTS ter nomeado seu álbum *Map of the Soul: Persona* demonstra a intenção de dialogar com esses conceitos, o que permite uma análise mais aprofundada da evolução do grupo e de sua mensagem.

Sigiliano, Guida e Borges (2022) pontuam que a análise do plano da expressão deve levar em conta os elementos estéticos que constituem a ambientação, os efeitos sonoros, a fotografia e a edição. Nesse sentido, a estética visual de *Boy with Luv* é marcada por cores vibrantes e cenários vintage. A paleta de cores, dominada por tons de rosa e outros tons pastéis, sugere uma ruptura com as representações de masculinidade hegemônica (Connell; Messerschmidt, 2013). A coreografia, ponto central da performance do BTS, é fluida e leve, levando em consideração a participação de Halsey, que dança em condições igualitárias com os membros do grupo.

Figura 1 - Cinema e lanchonete com estética retrô e a mudança de “love” para “army”.

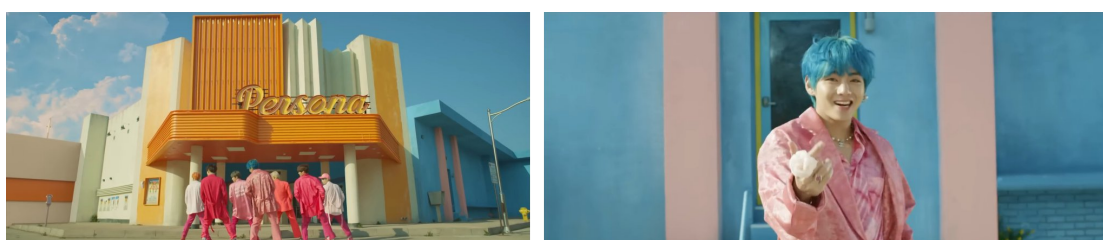


Fonte: YouTube (2019).

A música possui uma batida funk pop com ritmos contagiantes que dialogam com a temática retrô, como na bilheteria do cinema onde se encontra Halsey ou também na lanchonete em que os membros aparecem dançando. A fotografia e a edição completam a fluidez presente no *MV* com movimentos de câmera em *zoom in* e *zoom out*, e a câmera segue os integrantes durante a troca de cenário. Esses pontos trazem uma linearidade para o videoclipe, apesar de ele não apresentar uma narrativa tradicional.

A troca fluida de cenários, que são uma mistura de locações físicas com elementos computadorizados, traz um diálogo de cores entre os figurinos e a ambientação. O momento em que a edição apresenta as placas de outras músicas e referências da jornada dos membros também é um ponto de destaque, pois acompanha os dizeres cantados sobre o poder de um garoto com amor, ao invés de um garoto apaixonado, que remete ao amor agressivo e imaturo pregado na era *Boy in Luv*. Além disso, na segunda versão do *MV*, na qual houve uma troca tanto no título do vídeo, *Boy with Luv* para *ARMY with Luv*, em homenagem aos fãs do septeto, é possível ver a mudança na edição ao trocar o letreiro da cena, que antes continha “love” em vermelho, para “army”, na cor roxa, que simboliza a relação entre BTS e os fãs.

Figura 2 - O figurino rosa dos integrantes no começo do vídeo e o V com anel de flor.

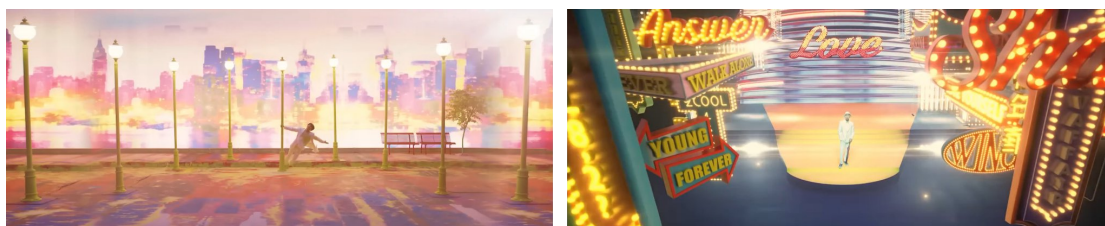


Fonte: YouTube (2019).

Sigiliano, Guida e Borges (2022) pontuam que o estereótipo presente no indicador do Plano do Conteúdo parte da discussão sobre a identidade e a forma como as minorias são representadas. Nesse sentido, o figurino utilizado pelos membros do BTS quebra a construção de que a cor rosa é necessariamente feminina, pois eles surgem com roupas em diversos tons de rosa, intercaladas com outras roupas mais coloridas, como

azul, violeta e amarelo. Os acessórios, vistos estereotipicamente como itens femininos, ainda que sejam elementos que façam parte da estética visual do K-pop, também complementam a ruptura de uma masculinidade normativa, já que os integrantes utilizam brincos, colares, pulseiras e anéis, a exemplo do anel com uma flor branca usado por V.

Figura 3 - Intertextualidade em diversas cenas, do cânone a outros elementos da trajetória do *boygroup*.



Fonte: YouTube (2019).

Outra característica presente no *MV* de *Boy with Luv* é a intertextualidade, ou seja, elementos externos que são apresentados no videoclipe. Uma das referências presentes no *MV* é o cenário com postes, no qual aparece J-Hope dançando, assim como a roupa social, o chapéu e o guarda-chuva na mão de RM no palco. Tais elementos fazem referência à cena em que o protagonista do filme *Cantando na Chuva* (1952) canta *Singin' in the Rain* na rua sob a chuva. Uma fã na rede social X (antigo Twitter) também associou o cenário do clipe à pintura *A Noite Estrelada*, de Van Gogh (1889), conforme mostra a figura 4.

Figura 4 - Fã comentando sobre a semelhança do cenário à pintura de Van Gogh.



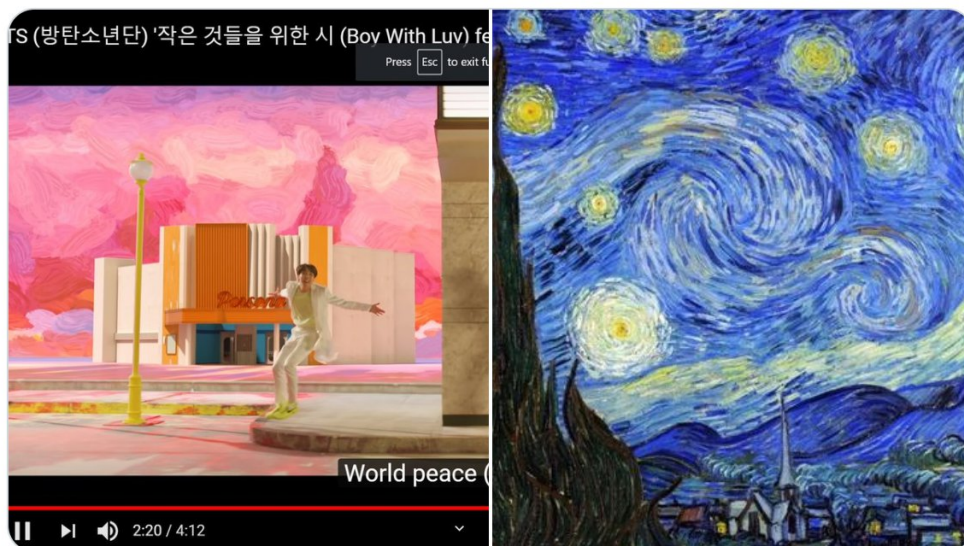
lets getta get get
@letsgetta

Seguir



what makes the boys connected with Van Gogh? can anybody come with theory? #MAP_OF_THE_SOUL_PERSONA @BTS_twt

Traduzir post



6:26 AM · 12 de abr de 2019

Fonte: X, antigo Twitter (2019).

Além disso, na cena que começa com Namjoon sozinho no palco com um plano *close-up*, que vai se abrindo para um plano aberto, é possível visualizar os letreiros que compõem o palco, fazendo referência a álbuns e EPs anteriores do BTS, como *2 Cool 4 Skool* (2013), *Dark & Wild* (2014), *The Most Beautiful Moment in Life* (2015) (representado pelos caracteres em mandarim 花樣年華, que são associados diretamente aos álbuns lançados naquele ano), *Wings* (2016), *Young Forever* (2016), *You Never Walk Alone* (2017), *Love Yourself: Answer* (2018) e o próprio álbum e algumas faixas presentes em *Map of the Soul: Persona* (2019).

Quanto à mensagem audiovisual, *Boy with Luv* se posiciona como uma narrativa de amadurecimento e "desconstrução de si". A obra é uma resposta ao *MV* de 2014, *Boy in Luv*, que retrata um amor adolescente mais agressivo e imaturo, focado na "fome" por amor. A nova narrativa, em contraste, celebra as "pequenas coisas", como a curiosidade

e a alegria nos pequenos detalhes da vida. Esse deslocamento temático contrasta o passado e o presente do BTS.

A evolução do grupo e da narrativa do *MV* é um exemplo do que Hall (2006) descreve como a identidade sendo uma questão de "tornar-se", e não um retorno a um passado supostamente autêntico. A construção de identidade em *Boy with Luv* é, na verdade, definida em oposição à identidade anterior de *Boy in Luv*, um processo que Woodward (2014) aponta como a identidade sendo marcada pela diferença. Desse modo, as escolhas tomadas no videoclipe demonstram como o processo de identidade é híbrido, em que “[...] cada uma dessas histórias de identidade está inscrita nas posições que assumimos e com as quais nos identificamos”. (Hall, 2003, p. 432-433). Em consonância a isso, toda a simbologia do clipe contribui não apenas para a negação do que ora fora considerado a identidade do grupo BTS, mas também para a construção da identidade social e simbólica atual do grupo, mostrando a fluidez desse processo (Woodward, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *MV Boy with Luv*, do BTS, pode se configurar como um espaço de resignificação das normas de gênero no K-pop. Através da articulação entre coreografia, figurino e uma narrativa consciente de sua própria evolução, a performance do grupo tensiona a binaridade de gênero, ao mesmo tempo em que ilustra, de forma simbólica, o processo de construção da identidade do *boygroup*. Vê-se, nessa perspectiva, o K-pop enquanto potencial agente de transformação social e cultural.

A abordagem interdisciplinar, que articula música, dança, performance e gênero é crucial para aprofundar a investigação sobre os impactos culturais dessas expressões na construção de subjetividades não normativas. Entretanto, ressaltamos que ainda há diversas camadas teóricas e interpretativas que não foram aprofundadas neste artigo, e que serão retomadas em discussões futuras.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de; CORTEZ, Krystal. Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo Oriente. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 247-267.

ANGÉLICA, Maria. BTS — And Their Messages Toward Gender Identity. **Medium**, 17 jun. 2021. Disponível em: <<https://tinyurl.com/3drz3ws6>>. Acesso em: 14 set. 2025.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

BUTLER, Judith. **Corpos que importam: os limites discursivos do "sexo"**. São Paulo: Crocodilo, 2019.

Butler, Judith. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo". In: Louro, G. (Org.) **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/1230>>. Acesso em: 15 set. 2025.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 241-282, jan./abr. 2013.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HYBE LABELS. BTS (방탄소년단) '작은 것들을 위한 시 (Boy With Luv) (feat. Halsey)' Official MV. **YouTube**, 12 abr. 2019. Disponível em: <https://youtu.be/62E_xyj_oDA>. Acesso em: 15 set. 2025.

HYBE LABELS. BTS (방탄소년단) '작은 것들을 위한 시 (Boy With Luv) (feat. Halsey)' Official MV ('ARMY With Luv' ver.). **YouTube**, 26 abr. 2019. Disponível em: <https://youtu.be/62E_xyj_oDA>. Acesso em: 15 set. 2025.

LIE, J. What Is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity. **Korea Observer**, [S.l.], v. 43, n. 3, p. 339-363, 2012. Disponível em: <<https://tinyurl.com/576n62sc>>. Acesso em: 14 set. 2025.

SIGILIANO, Daiana; GUIDA, Vinícius; BORGES, Gabriela. Videoclipe e identidade: uma análise de Bluesman. In: SILVA, T. T.; DORETTO, J.; HERGESEL, J. P. (Orgs.). **Redes digitais e culturas ativistas 1: arte, cidades e ativismo**. Alumínio-SP: CLEA Editorial, 2022.

SPANGLER, Todd. Korea's BTS Shatters YouTube Record for Views in 24 Hours With 'Boy With Luv' Featuring Halsey. **Variety**, 13 abr. 2019. Disponível em:

<<https://variety.com/2019/digital/news/bts-youtube-record-boy-with-luv-halsey-1203188877>>. Acesso em: 15 set. 2025.

STEIN, Murray. **Jung: o mapa da alma: uma introdução**. São Paulo: Cultrix, 2006.

UNICEF. "We have learned to love ourselves, so now I urge you to 'speak yourself'". Disponível em: <<https://tinyurl.com/yttvyfzt>>. Acesso em: 14 set. 2025.

URBANO, Krystal; ALVES, Beatriz. Moving (k)queer pop: performance e teatralidade queer no videoclipe Move de Taemin. **Temática**, João Pessoa, v. 21, n. 7, p. 157-173, 2025. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2025v21n7.74577>

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: Silva, T. (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2014, p. 7-71.