



16º

COLÓQUIO  
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## VESTIR NA PERFORMANCE: AS ROUPAS NA SIGNIFICAÇÃO DE ARQUÉTIPOS

Moura, Valeska Amaral de; Mestranda em Comunicação e Semiótica; PUC-SP, Bolsista pela CAPES, [vales-kam@hotmail.com](mailto:vales-kam@hotmail.com)

### RESUMO

Nos últimos anos, o crescimento da Coreia do Sul no mercado mundial de entretenimento é notável. Tendo por principais produtos do setor novelas, filmes e, principalmente, a música que dominou as principais plataformas com seu gênero único, formação de artistas icônicos e ritmo contagiante, sendo conhecida por K-POP (*Korean Popular Music*), além de ser um dos principais produtos de exportação do país. Para tal impacto, cada grupo artístico apresenta sua própria construção de sentidos através da música, dança, figurino, tendo divisões dentro do gênero musical para enquadrar cada grupo. Têm cada aspecto planejado para que o receptor se identifique com os sujeitos a ele expostos. Para essa identificação, a indústria recorre a construção de personagens a serem revelados ao público com identidades, comportamentos e expressões previamente programadas nos artistas, com isso cada indivíduo apresenta um próprio “eu” direcionado à um público específico, para essa preparação os artistas passam por treinamentos intensos de dança, atuação, canto e outros com o objetivo da construção perfeita da personagem. Essas montagens permitem que os grupos musicais se tornem vitrines para marcas exporem os produtos, seja nos clipes musicais, seja por torná-los embaixadores da marca. Pensando nessa utilização do artista como manequim para grandes produtores de vestuário, este trabalho tem por objetivo a identificação de características do desenvolvimento de personagens refletidos na montagem dos artistas para performances, considerando roupas, cabelo, acessórios, composições na construção da imagem a eles pré-determinadas e a combinação com roupas de marcas renomadas para sua formação. O *corpus* para essa pesquisa é o grupo de K-POP BTS, formado por sete integrantes, na performance da música Dynamite de 2020, utilizando o vídeo clipe acrescido das imagens





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

promocionais e Concept Art de cada um dos sete membros e do grupo reunido e as marcas que os vestem durante cada atividade. Analisando o figurino dos membros em comparativo a sua posição determinada dentro do grupo e sua expressão na performance, com enfoque no refrão da música e as peças de composição da grife Gucci. Com a hipótese de criação de coleção exclusiva para expressão dos sujeitos em cada performance, doando valor a cada peça utilizada pelos membros do grupo. O embasamento teórico será, principalmente, pela semiótica de A. J. Greimas; Eric Landowski para as relações de interação, sentido e risco; Ana Claudia de Oliveira para análise semiótica plástica e interações.

**Palavras-chave:** BTS; semiótica; roupa

