

A Melodia Da Esperança: A Influência Do Álbum ‘BE’ Do BTS Durante A Pandemia De Covid-19”¹

Amanda Lourrandra GAMA de CASTRO²
Regina Lúcia ALVES de LIMA³
Universidade Federal do Pará – UFPA

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo compreender a influência do álbum "BE" do grupo BTS na vida dos fãs brasileiros durante a pandemia de COVID – 19. A pesquisa foi conduzida por meio de uma metodologia que incluiu revisão bibliográfica, coleta de dados através de formulários e análise de conteúdo. Um formulário online foi disponibilizado para os fãs, onde 186 respostas válidas foram obtidas. O objetivo é compreender como o álbum e suas músicas proporcionaram conforto emocional e força para enfrentar os desafios causados pelo vírus. Durante a análise de conteúdo serão usados quatro tópicos principais: conexão emocional; inspiração, motivação e esperança; letras significativas e comunidade e conexão com outros fãs. Os resultados obtidos destacam a importância da música como ferramenta terapêutica e de apoio durante crises globais, fornecendo insights para pesquisas futuras na área da saúde mental e música terapêutica.

PALAVRAS-CHAVE: música; saúde mental; pandemia de Covid-19; BTS; Álbum "BE".

1.0 - Pandemia de Covid-19: Saúde mental e música como conforto

A COVID-19 (SARS-CoV-2), é uma doença causada por uma variação do coronavírus (HCoV 229E), identificada pela primeira vez em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, na província de Hubei, na China.

O vírus acabou se espalhando rapidamente pelos continentes, o que causou uma pandemia global, declarada em 11 de março de 2020, pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Desde então, o vírus afetou milhões de pessoas em todo o mundo, e causou um impacto significativo na saúde mental dessas pessoas. Em relatório global sobre a Saúde

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do Curso de Jornalismo da FACOM - UFPA, Email: lourrandragama@gmail.com.

³ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da FACOM - UFPA, Email: reginalima@ufpa.br.

Mental divulgado no dia 17 de junho de 2022, a OMS declara que os casos de depressão e ansiedade cresceram 25% após o primeiro ano de pandemia. Medidas restritivas como distanciamento social, isolamento domiciliar e restrições de movimento afetaram profundamente a vida cotidiana das pessoas, o que levou a uma série de consequências emocionais e psicológicas. O medo e o choque gerado pela pandemia causaram um aumento dos níveis de ansiedade e estresse, e a ameaça à saúde pessoal e à saúde dos entes queridos, juntamente com a falta de informações claras e rápidas do vírus, criaram um ambiente de preocupação constante.

Diante do caos causado pelo vírus, e o aumento constante de problemas psicológicos, as pessoas passaram a procurar meios e formas de se distrair e apaziguar a angústia causada pelo distanciamento social. E uma das formas mais eficazes encontradas por muitas pessoas foi ouvir música. De acordo com MARQUES, A. e FONTE, C. (2018, apud Levitin, 2013)⁴, “Temos tendência para aceitar e para desfrutar plenamente o poder que a música tem de nos fazer experienciar sentimentos diferentes”. Além disso,

Independentemente de a procurarmos ou não, ou de nos vermos ou não como pessoas particularmente «musicais», a música, para a maioria dos indivíduos, possui uma tremenda força, sendo um dos mais poderosos meios de induzir emoções, significa que a sua capacidade de exercer influência no nosso bem-estar é forte, intemporal, independentemente da cultura. (MARQUES, A. e FONTE, C. 2018, apud Sacks 2008 e RICKARD, 2014)⁵.

Nesse contexto, a música emergiu como uma forma poderosa de conforto e apoio emocional para muitos indivíduos que estavam vivendo o período de isolamento, e um desses grupos de pessoas que se apoiaram na música, foi o “Army”⁶, nome dado ao fandom do grupo de K-pop sul-coreano, BTS⁷.

A música tem sido apontada como uma forma de enfrentar o estresse e a ansiedade em situações de crise, tornando importante compreender o impacto do álbum "BE" na saúde mental e emocional dos fãs durante a pandemia. Com isso, busca-se compreender

⁴ MARQUES, A.; FONTE, C. Experiência Com A Música, Bem-Estar E Saúde Mental: **Revista música**, V. 18, n. 2, p. 30–45, dez. 2018.

⁵ MARQUES, A.; FONTE, C. Experiência Com A Música, Bem-Estar E Saúde Mental: **Revista música**, V. 18, n. 2, p. 30–45, dez. 2018.

⁶ Nome dado ao fandom (fãs) do grupo BTS

⁷ BTS é uma sigla para expressão coreana "Bangtan Sonyeondan," ou “Bangtan Boys” a qual pode ser traduzida como "garotos à prova de balas."

o impacto do álbum "BE" do BTS na vida dos fãs durante a pandemia de Covid-19, considerando a importância da música como uma forma de enfrentar momentos difíceis e promover o bem-estar emocional.

2.0 - O BTS e o álbum "BE"

O BTS (방탄소년단), é um grupo de K-pop, sul-coreano formado pela “Big Hit Entertainment”, atual Big Hit Music e subsidiária da Hybe Corporation. O grupo é formado por sete integrantes: RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V e Jungkook, e teve seu debut (estreia), em 13 de junho de 2013, com a música “No more dream”, em que eles abordam temas relacionados aos sonhos e ambições dos jovens. A letra fala sobre a pressão da sociedade e as expectativas colocadas sobre os jovens para que eles sigam um caminho pré-determinado, muitas vezes negligenciando seus verdadeiros desejos e paixões.

Figura 1- Grupo BTS



Fonte: Reprodução/Revista GQ Japan⁸

O BTS visa inspirar os ouvintes a encontrarem sua própria voz e perseguirem seus sonhos, em vez de seguir o que é esperado por eles. “... O grupo é bastante conhecido pelas letras de amor-próprio, conflitos pessoais e sociais em que, por meio das músicas,

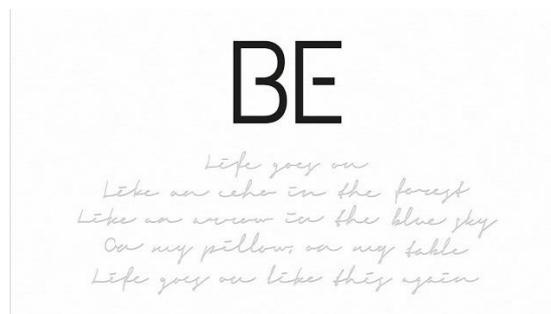
⁸ Disponível em: < <https://www.gqjapan.jp/culture/article/20201003-bts>

compartilham suas experiências de vida na tentativa de atribuir um caráter de conforto e pertença para quem as ouve...”. (PEREIRA, R. A, 2022, P. 44)⁹.

Como artistas que mantêm uma conexão próxima com seus fãs, o BTS reconheceu a necessidade de se comunicar e expressar seus próprios pensamentos e emoções durante o período pandêmico, e em 11 de maio de 2020, a exatos dois meses desde a declaração de pandemia global feita Organização Mundial de Saúde (OMS), o BTS abriu uma live surpresa no YouTube, na qual eles discutem propostas e ideias sobre um novo álbum. Com nada concreto ainda, a única certeza que tinham era que as músicas deveriam trazer conforto para os fãs. Os membros queriam algo como “Life goes on” (A vida continua), para mostrar que independente de qualquer situação que surja, precisamos continuar vivendo. Ao total foram 15 transmissões ao vivo mostrando um pouco do processo de produção do novo álbum.

Posteriormente lançado em 20 de novembro de 2020, o álbum “BE” trouxe uma abordagem artística única em suas músicas. Os membros participaram sozinhos de todo o processo de composição e produção do álbum, o que permitiu que o grupo canalizasse seus pensamentos, sentimentos e experiências pessoais para criar uma obra que pudesse ressoar com o público de forma significativa e buscando transmitir mensagens de esperança, resiliência e união, encorajando os fãs a enfrentar os desafios do isolamento social juntos.

Figura 2 – Capa do Álbum



Fonte: Reprodução/Weverse, 2020¹⁰

⁹ PEREIRA, R. A. Entretenimento, Consumo E Sociabilidade No K-Pop: Construções E Experiências Sociais No Fandom Army Em Belém Do Pará. [S.L.] Universidade Federal Do Pará - UFPA, 2022.

¹⁰ Disponível em: < <https://weverse.io/bts/media/1-61376>

Figura 3- Tracklist Álbum BE, versão Deluxe



Fonte: Reprodução/Weverse, 2020¹¹

Contendo oito faixas, “Life goes on”, “Fly to my room”, “Blue & grey”, “Skit”, “Telepathy”, “Dis-ease”, “Stay” e “Dynamite“, o “BE” aborda temas como solidão, desejo de conexão e esperança. O álbum expressa emoções complexas desde tristeza e melancolia até positividade e resiliência e as letras e melodias cuidadosamente elaboradas transmitem uma sensação de empatia e compreensão, proporcionando aos ouvintes um espaço para processar suas próprias emoções.

2.1- “BE” nas emoções, perspectivas e comportamento dos Armys durante a pandemia

Durante a pandemia de Covid-19, a música desempenhou um papel importante no bem-estar emocional das pessoas ao redor do mundo, e o álbum BE foi um dos principais instrumentos de conforto para o Army. E a fim de compreender de que forma as músicas ajudaram os fãs a superar esse momento difícil, foi disponibilizado um formulário online, convidando os fãs a compartilharem suas experiências com álbum “BE” durante a pandemia. O formulário continha perguntas de múltipla escolha, caixas e seleção e

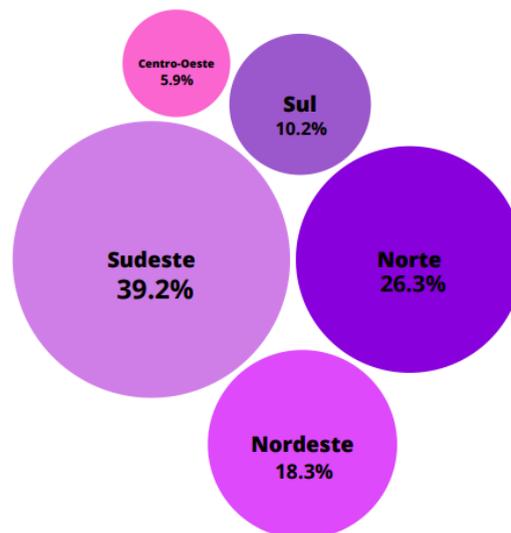
¹¹ Disponível em: < <https://weverse.io/bts/media/1-113040>

perguntas abertas, permitindo que os participantes expressassem seus sentimentos e experiências de forma livre e detalhada.

Através desse formulário buscou-se obter a visão do Army, sobre o BTS, o álbum BE, sua importância no cotidiano face à pandemia, e como as músicas presentes no álbum serviram de conforto emocional e força para superar os desafios causados pelo vírus. Sendo assim, não foi estabelecido uma idade limite inferior ou superior, o questionário estava aberto a todas as idades, pois a pesquisa tem em vista encontrar resultados em um contexto geral do Army.

Ao todo foram coletadas 187 respostas, no entanto, houve um questionário inconsistente, — no qual era de uma pessoa residente em outro país. Consistindo em um total de 186 formulários a serem analisados. A pesquisa recebeu respostas das cinco regiões do Brasil, sendo 49 respostas da região Norte, 34 do Nordeste, 19 do Sul, 73 do Sudeste e 11 do Centro-Oeste.

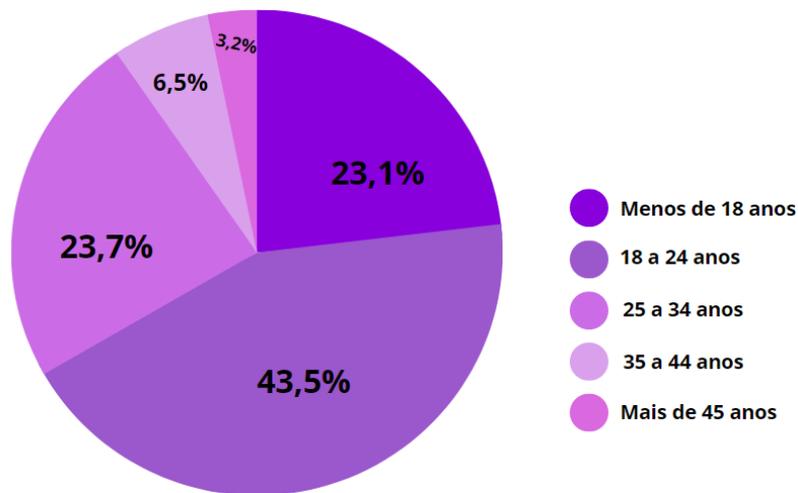
Figura 3- Gráfico estados do Brasil



Fonte: Produção da autora

23,1% dos participantes tinham menos de 18 anos, 43,5% tinham entre 18 a 24 anos, 23,7% entre os 25 e 34 anos, 6,5% entre os 34 e 44 e 3,2% tinham mais de 45 anos.

Figura 4- Gráfico Idade



Fonte: Produção da autora

Durante a análise qualitativa das respostas, alguns temas recorrentes surgiram, refletindo o impacto do álbum “BE” do BTS e como a música pode ajudar as pessoas a superar a pandemia de Covid-19. Esses tópicos são descritos a seguir.

2.2-Conexão emocional

A grande maioria dos participantes, 85% relataram ter estabelecido uma forte conexão emocional com as músicas do álbum BE. Muitos mencionaram que as músicas transmitem uma sensação de conforto e empatia, proporcionando uma sensação de companhia durante os momentos solitários. Alguns descrevem as músicas como “abraços virtuais” que os ajudaram a lidar com a solidão e a ansiedade.

Devido à depressão e ansiedade, eu sempre via o lado ruim das coisas e tudo se tornava muito grande. Música é algo que faz parte do meu cotidiano desde sempre e fui ensinada que ela tem o poder de nos fazer extravasar nossas emoções. Quando pensamento negativos e autodestrutivos invadiam minha mente, eu escutava as músicas do BE de olhos fechados, sem nem saber exatamente o que diziam as partes em coreano, porque sinto que eles (o BTS) conseguem transbordar amor e empatia ao interpretarem as canções e sentia como se um abraço forte me acalentasse.

(Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

A admiração por um determinado artista é difícil de ser justificada racionalmente por um fã. No entanto, quando esse fã consome um objeto midiático relacionado a esse artista, ele consegue identificar elementos que despertam esse sentimento. Através das

mensagens apresentadas nos produtos que consomem, o receptor é capaz de perceber valores e sentimentos que estão em sintonia com sua própria percepção de sinceridade e aceitação, (PEREIRA, R. A, 2022 apud Monteiro 2006)¹², essa identificação com os valores e sentimentos presentes nas obras do artista contribui para a admiração e para o fortalecimento do vínculo emocional entre o fã e o artista.

A pandemia foi um período muito difícil para mim, eu perdi o meu pai e estava cheia de problemas emocionais, estava perdida cheia de tristeza e raiva, eu me sentia em um buraco sem fundo no qual eu não conseguia sair, eu não tinha forças o suficiente e a única coisa que eu queria era ficar sozinha remoendo as dores e me perguntando o que eu havia feito para merecer isso. Foi aí que o álbum BE chegou na minha vida de uma forma que eu não esperava, eu já sabia que o BTS baseava suas músicas nos ARMYs, mas não sabia que seria no ponto de me enxergar nas músicas, parecia que elas tinham sido feitas para mim. Mais uma em específico chamou a minha atenção, “Life Goes On”, essa música me tocou de uma forma tão inusitada que nem acreditei, uma música tão doce com letras tão melódicas e que refletem tão bem a situação que eu e bilhões de pessoas estavam passando naquele exato momento, eu nem sei quantas vezes escutei aquela música e eu, nem podia reclamar ela me fazia tão bem e, ao mesmo tempo, ela me acalmava e me dizia que mesmo tendo vários problemas a vida continua, se hoje estou viva e resistindo é por causa deles, por causa desse álbum e dessa música que me tiraram de um momento muito ruim no qual eu queria apenas morrer. (Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

A música tem um impacto profundo no estado emocional e mental de uma pessoa. Ajudando a encontrar conforto, alívio e alegria, além de proporcionar a sensação de energia renovada. A música é capaz de tocar de maneira única e, muitas vezes, levar uma pessoa a um estado emocional e mental mais positivo, (Levitin 2010)¹³. As músicas do álbum “BE” falam sobre experiências e emoções que todos conhecem, mas também podem nos conectar com nossas identificações pessoais. Os fãs se relacionam com as letras e encontram significado em suas próprias vidas, criando uma conexão profunda com a música e com os artistas e essa identificação pessoal fortalece a conexão emocional entre o álbum e os fãs.

2.2-Inspiração, motivação e esperança

¹² PEREIRA, R. A. Entretenimento, Consumo E Sociabilidade No K-Pop: Construções E Experiências Sociais No Fandom Army Em Belém Do Pará. [S.L.] Universidade Federal Do Pará - UFPA, 2022.

¹³LEVITIN, D. J. A música no seu cérebro: A ciência da obsseção humana. [s.l.] Civilização Brasileira, 2010

As respostas também revelaram que o álbum “BE” serviu como uma fonte de inspiração, motivação e esperança para os fãs enfrentarem a pandemia. Cerca de 60% dos participantes mencionaram que as mensagens positivas transmitidas pelas músicas, bem como a história de como o BTS criou o álbum durante o isolamento social, os encorajaram a encontrar forças internas para enfrentar os desafios diários. A música se tornou uma ferramenta para motivá-los a não desistir e continuar lutando. “Quando eu estava na UTI e o desespero me atingia eu cantava mentalmente as músicas do “BE” e isso me ajudava a ter fé e esperança de que eu sairia bem e com vida daquele hospital”. (Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

O álbum se tornou um refúgio para os fãs, ajudando-os a enfrentar a adversidade e acreditar em um resultado positivo. A capacidade das músicas do álbum “BE” de estabelecer uma conexão emocional profunda com os fãs é evidente na resposta do Army mencionado anteriormente. A música acompanhou um senso de conforto, esperança e motivação durante um momento desafiador, demonstrando como as letras e melodias tocaram os corações dos fãs, oferecendo-lhes suporte emocional e fortalecendo suas esperanças.

O álbum foi como inspiração e apoio para não desistir de mim mesmo. Eu me senti ouvida e de alguma forma, confortada. Senti que tinha alguém que me entendia, entendia as minhas dores e frustrações causadas por esse período. Eu senti que desabafei com eles e isso me ajudou a continuar me movendo. (Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

O álbum “BE” do BTS serviu como uma fonte de inspiração e apoio para os fãs. Através das mensagens e temas examinados nas músicas, os fãs sentiram-se encorajados a não desistir de si e continuar seguindo em frente. O álbum transmitiu uma sensação de empatia e compreensão, permitindo que os fãs desabafassem suas emoções e encontrassem uma motivação renovada para enfrentar os desafios diários.

2.3-Letras significativas

As letras das músicas do álbum “BE” foram destacadas como uma fonte de conforto e esperança para os participantes. 45 % das respostas mencionaram como as letras transmitiam mensagens de superação e resiliência, os encorajamentos a enfrentar os desafios da pandemia. Alguns participantes compartilharam que as letras os inspiraram a refletir sobre seus sentimentos e lhes deram uma sensação de esperança para o futuro.

Tive vários momentos em que, apesar de ter que trabalhar em home office, eu não conseguia dar um avanço, muitas notícias, muitas mortes, era tudo muito triste e incerto. Mas ao escutar “Life Goes on” eu consegui respirar com mais alívio. “Não consigo ver o final. Será que existe mesmo uma saída?... “Segure minha mão aqui, vamos correr para aquele futuro.” Eu descobri que tinha alguém em quem me apoiar, o BTS e o ARMY. E ao ir conhecendo toda a discografia, fui entendendo que não era uma mensagem isolada, e uma não era uma promessa vaga de que estaríamos juntos quando tudo isso passasse! As dificuldades vão mudando, mas SEMPRE o BTS me conforta. E eu sou tão feliz por conseguir encontrar suporte em pessoas que apoiam o que eu acredito! (Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

“O BTS-ARMY é uma unidade e é considerado ter força global. Uma relação entre um ídolo e seus fãs que vem se desenvolvendo desde sua estreia. A relação entre os dois se torna equilibrada, não apenas fãs de ídolos, mas Army têm espaço para agir ativamente para definir BTS-ARMY e compartilhá-lo com outros membros da tribo ou não usuários.”, (BAYYINAH NURRUL HAQ, 2020 P.08)¹⁴. O BTS e o ARMY se tornaram uma fonte de apoio e suporte durante a pandemia. Através das letras e da discografia do grupo, os fãs encontraram uma mensagem consistente de apoio e esperança, fortalecendo sua capacidade de enfrentar as dificuldades. Essa conexão entre o BTS e o ARMY pode ser descrita como uma relação equilibrada, na qual os fãs não são apenas espectadores, mas também têm espaço para agir ativamente e compartilhar sua experiência com outros membros do fandom.

A primeira vez que escutei a música Life Goes On, eu chorei. Simplesmente, porque parece que eles leram meus pensamentos e representaram eles ali, a forma como eles dizem que tudo vai passar e a vida continua, que eu não estava sozinha foi muito importante para min. (Resposta do Army obtida em virtude da pesquisa de campo realizada).

“As letras das músicas do BTS se desenvolvem seguindo as mudanças na vida durante uma pandemia, enquanto ainda trazem otimismo à vida. (Murphy, 2020)¹⁵. A conexão emocional entre as letras e os Armys foi tão forte que eles sentiram que suas experiências e pensamentos foram representados pelo BTS, gerando uma sensação de identificação e

¹⁴ BAYYINAH NURRUL HAQ, R. M. Finding Supra-functionality on Big Hit Entertainment Management for BTS During Pandemic Covid-19. The 2 th International Conference on ARTESH 2020, InstitutTeknologi Bandung, 2020.

¹⁵ Murphy, E. (2020). Justin Bieber on Why ‘Dynamite’ Has Been Such a Huge Hit for BTS in the Real world. Real fast. 1–5. Disponível em: <<https://www.cheatsheet.com/entertainment/justin-bieber-explains-why-dynamite-has-been-such-a-huge-hitfor-bts-in-the-us.html/>>

compreensão mútua. O exemplo mencionado na resposta do fã demonstra como a música “Life Goes On” foi capaz de expressar os sentimentos pessoais do Army, e oferecer uma mensagem de que tudo passará e que eles não estão sozinhos.

2.4-Comunidade e conexão com outros fãs

A música tem a capacidade de unir as pessoas, mesmo quando estão fisicamente separados. Durante a pandemia, vimos o incentivo de iniciativas musicais, como concertos virtuais, lives ao vivo e desafios musicais compartilhados nas redes sociais. Essas atividades permitiram que as pessoas se conectassem com artistas, amigos e até mesmo desconhecidos pelo meio da música, criando um senso de comunidade e pertencimento. Uma temática importante nas respostas foi a comunidade e a conexão entre os fãs durante a pandemia. 70% dos participantes mencionaram que o álbum “BE” criou um senso de união e pertencimento, ao compartilharem experiências semelhantes com outros fãs. A música do BTS se tornou um elo que uniu as pessoas, oferecendo um espaço seguro para compartilhar emoções, apoiar reciprocamente e formar amizades virtuais.

Sou muito ligada a música e ao grupo, o BE é um álbum totalmente produzido por eles e as músicas são tão reconfortantes, em um momento sombrio ter um motivo para sorrir já ajuda bastante. Durante a pandemia aconteceram shows de forma online e isso também me trouxe muita alegria, sou fã e fico feliz por ver eles e por ouvir músicas novas. Mas o Army todo é muito conectado e durante os shows online era um momento em que os fãs se juntavam em grupos para comprar os ingressos dos shows online, alguns foram gratuitos também, mas os pagos geravam essa parceria de fã para fã. Conhecer pessoas que gostam das mesmas coisas que a gente é incrível. (Resposta do Army obtida em virtude de uma pesquisa de campo realizada).

Segundo o artigo “BTS & ARMY, We Walk Together”¹⁶ publicado na Weverse Magazine, durante o período de janeiro a 1º de setembro de 2020, o BTS criou 345 conteúdos exclusivos para seus fãs. Esses conteúdos incluíram vídeos, músicas e lives ao vivo, totalizando aproximadamente 89 horas. Apesar dessa impressionante quantidade de material, o grupo não se limita apenas a isso. O BTS busca fornecer suporte emocional aos fãs, encorajando-os a se conectarem e estabelecerem amizades.

As emoções são excelentes recursos para construir laços, uma vez que podem ser associadas a novas ideias, inspirações e expressões. Portanto,

¹⁶ KIM, Rieun; LEE, Yejin; LIM, Hyunkyung; OH, Minji. BTS & ARMY, We Walk Together - weverse magazine. Disponível em: <<https://magazine.weverse.io/article/view?Lang=en&num=1>>

percebemos o relacionamento criado entre grupo e fandom quando observamos as letras de música do BTS. Mesmo que indiretamente, o Army é contemplado nas músicas, visto que são temas dos quais o fandom se identifica e que está presente nos assuntos compartilhados no/pelo grupo de fãs. Dessa forma, é possível estabelecer um diálogo entre fãs e grupo musical por meio do produto midiático. (PEREIRA, R. A, 2022 apud Jenkins 2009 P.86)¹⁷.

Alguns participantes mencionaram que compartilhar experiências e discutir sobre o álbum com outros fãs ajudaram a diminuir a sensação de isolamento e provocaram uma sensação de conexão durante esse período desafiador. O BTS está empenhado em criar um ambiente em que seus fãs possam se apoiar mutuamente e encontrar conforto e amizade na comunidade global do ARMY. A forma como os fãs se juntaram em grupos para comprar ingressos e compartilhar essa experiência fortaleceu os laços entre eles. Os shows online foram momentos de colaboração e parceria entre os fãs, proporcionando uma sensação de união e conexão.

3.0-Considerações Finais

Este estudo teve como intento analisar o impacto do álbum "BE" do BTS nas emoções, perspectivas e comportamento dos fãs durante a pandemia de Covid-19. Por meio de uma pesquisa de campo que incluiu questionários e análise qualitativa das respostas dos participantes, foram identificados quatro temas principais: conexão emocional, inspiração, motivação e esperança, letras significativas e comunidade e conexão com outros fãs.

Os resultados revelaram que o álbum "BE" desempenhou um papel fundamental no bem-estar emocional dos fãs. As letras significativas e as melodias tocantes proporcionaram uma conexão emocional profunda, oferecendo conforto, empatia e companhia durante momentos de solidão e ansiedade. Os fãs relataram sentir-se ouvidos e compreendidos pelas músicas, que serviram como abraços virtuais, transmitindo mensagens de superação, resiliência e esperança para enfrentar os desafios da pandemia.

Além disso, o álbum "BE" inspirou e motivou os fãs a não desistirem e a encontrarem forças internas para enfrentar os obstáculos diários. A história de como o BTS criou o álbum durante o isolamento social também serviu como uma fonte de

¹⁷ PEREIRA, R. A. Entretenimento, Consumo E Sociabilidade No K-Pop: Construções E Experiências Sociais No Fandom Army Em Belém Do Pará. [S.L.] Universidade Federal Do Pará - UFPA, 2022

inspiração, demonstrando ser possível encontrar beleza e criatividade mesmo nos momentos mais difíceis. As músicas foram descritas como uma ferramenta que impulsionou a motivação e a fé, auxiliando os fãs a acreditarem em um futuro melhor.

Outro aspecto importante destacado pelos participantes foi a formação de uma comunidade e conexão entre os fãs. O álbum "BE" uniu as pessoas, criando um espaço seguro para compartilhar emoções, apoiar reciprocamente e formar amizades virtuais. Os fãs se reuniram em grupos para compartilhar a experiência dos shows online e participar de desafios musicais nas redes sociais, fortalecendo os laços e reforçando a sensação de pertencimento à comunidade do BTS-ARMY.

Nesse sentido, pode-se concluir que o álbum "BE" teve um impacto significativo nas emoções, perspectivas e comportamento dos fãs durante a pandemia. A música do BTS serviu como um refúgio e um apoio emocional para os fãs, oferecendo conforto, inspiração e esperança. Além disso, a conexão entre os fãs e a formação de uma comunidade fortaleceu o vínculo entre o grupo e o ARMY, criando um ambiente de colaboração e apoio mútuo.

Esses resultados destacam a importância da música como uma ferramenta terapêutica e de apoio emocional durante períodos desafiadores, como a pandemia. Além disso, ressaltam a influência significativa que os artistas podem exercer sobre seus fãs, proporcionando um senso de identificação, compreensão e pertencimento. Portanto, futuras pesquisas podem explorar mais a fundo os efeitos da música na saúde mental e emocional das pessoas, bem como o papel dos artistas na promoção do bem-estar durante crises globais.

Em suma, o estudo evidenciou o impacto positivo do álbum "BE" do BTS na vida dos fãs durante a pandemia, ressaltando a importância da música como uma forma de expressão, conexão e apoio emocional. Essas descobertas contribuem para o campo da psicologia da música e reforçam a influência significativa que a música e os artistas podem exercer na vida das pessoas.

REFERÊNCIAS

BAYYINAH NURRUL HAQ, R. M. **Finding Supra-functionality on Big Hit Entertainment Management for BTS During Pandemic Covid-19**. The 2 th International Conference on ARTESH 2020, InstitutTeknologi Bandung, 2020.

BTS. 2004**. BTS. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=D7HPWv4apDA&t=1127s>>. 11 de mai. de 2020

CHUNG, H.; CHUNG, H. Future-oriented branding based on factor analysis to sustain consumer brand engagement: The relationship between BTS and ARMY. **Archives of design research**, v. 33, n. 1, p. 135–149, 2020.

CLARO, C.; LAPA ESTEVES, M. A música na lupa da psicologia face à pandemia: Covid19! **International Journal of Developmental and Educational Psychology Revista INFAD de psicología**, v. 1, n. 1, p. 143–154, 2020.

DOS SANTOS, F. A. Estudo de caso: Matriz SWOT do BTS. **Simbiótica**, v. ,7, núm. 2, Enero-Junio, p. ISSN: 2316-1620, 2020.

GOMES, A. C. R. K-pop e relacionamento com os fãs: uma análise da comunicação do grupo BTS com seu fandom na internet. [s.d.].

KIM, Rieun; LEE, Yejin; LIM, Hyunkyung; OH, Minji. BTS & ARMY, We Walk Together - weverse magazine. Disponível em:
<<https://magazine.weverse.io/article/view?Lang=en&num=1>>. Acesso em: 05/072023

LEVITIN, D. J. **A música no seu cérebro: A ciência da obsseção humana**. [s.l.] Civilização Brasileira, 2010.

Murphy, E. (2020). **Justin Bieber on Why ‘ Dynamite ’ Has Been Such a Huge Hit for BTS in the Real help . Real fast. 1–5.** Disponível em:
<<https://www.cheatsheet.com/entertainment/justin-bieber-explains-why-dynamite-has-been-such-a-huge-hitfor-bts-in-the-us.html/>>. Acesso em: 05/072023

MARQUES, A.; FONTE, C. Experiência Com A Música, Bem-Estar E Saúde Mental: **Revista música**, V. 18, n. 2, p. 30–45, dez. 2018.

PEREIRA, R. A. **Entretenimento, Consumo E Sociabilidade No K-Pop: Construções E Experiências Sociais No Fandom Army Em Belém Do Pará**. [S.L.] Universidade Federal Do Pará - UFPA, 2022.

Relatório Mundial de Saúde Mental da OMS: Transformando a Saúde Mental para Todos. Disponível em: <<https://www.sbponline.org.br/2022/06/relatorio-mundial-de-saude-mental-da-oms-transformando-a-saude-mental-para-todos>>. Acesso em: 5 jul. 2023.

RIBOLI, M. **Relações Fãs-Artistas Através Das Mídias Sociais E Os Processos De Identificação Na Cultura Pop: Uma Análise A Partir Da Experiência Dos Fãs**. [S.L.] Universidade Do Vale Do Rio Dos Sinos – Unisinos, 2018.

ROCHA, M. A. A. **A Influência Das Celebidades Na Construção Da Identidade Dos Fãs: O Caso Do Fandom Army Do Bts**. [S.L.] Universidade Federal Do Rio De Janeiro, 2022.

ROLLING STONE. Antes de ARMY, como seriam chamados os fãs do BTS? Rolling Stone, [S.l.], 09 jul. 2023. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/antes-de-army-como-seriam-chamados-os-fas-do-bts/>. Acesso em: 09 jul. 2023.

SCHNEIDER, V. S. **Música E Bem-Estar No Contexto Da Pandemia Do Covid-19: uma revisão narrativa**. [s.l.] Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul, abr. 2022.

TAVARES, T. R. B.; COSTA, L. M. A. I Purple You! O engajamento no comportamento de consumo de conteúdo do grupo BTS. **XLVI Encontro da ANPAD - enanpad 2022**, p. 2177–2576, 2022.

WEIGSDING, J. A. A influência da música no comportamento humano. **Arquivos do MUDI**, v. 18, n 2, p. 47–62, [s.d.].