
From the New World: A Construção do Universo Narrativo do grupo ATEEZ¹

Giovana Gomes Flores²

Márcia Gomes³

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

Considerando a popularização do K-pop no mercado musical global, vinculada à ampliação das rotas de distribuição e ao domínio das plataformas digitais, o presente artigo analisa as estratégias transmidiáticas adotadas pelo grupo musical ATEEZ. Em um cenário de consumo acelerado, onde os produtos se tornam obsoletos com a mesma velocidade em que são lançados, os artistas desenvolveram uma narrativa transmídia que perdura desde a sua estreia em 2018 até os dias atuais, expandindo-se e alcançando mais plataformas a cada nova série lançada pelo grupo. Com base nas análises feitas, observou-se que os conteúdos do grupo incentivam o público a revisitar obras passadas com frequência, para compreender o rumo que irão tomar os próximos lançamentos, além de incentivar a participação do *fandom* através do uso de referências intertextuais e lacunas narrativas, despertando assim a curiosidade do leitor em relação aos possíveis desdobramentos futuros do enredo.

PALAVRAS-CHAVES: Transmídia *storytelling*; K-pop; cultura participativa.

INTRODUÇÃO

A Onda Hallyu, fenômeno caracterizado pela exportação em massa de produtos culturais da Coreia do Sul, envolve uma série de segmentos de oferta cultural, como o audiovisual, a culinária e a moda, entre outros, e vende o estilo de vida sul-coreano como produto. Os produtos culturais da Onda combinam, ao alto investimento tecnológico, um padrão de qualidade marcado por estilos bem definidos de seus conteúdos e o investimento no engajamento dos fãs, o que possibilitou que a Onda se expandisse primeiro dentro da própria Ásia e, posteriormente, adentrasse no ocidente.

Um dos segmentos importantes da Hallyu é o K-pop ou “*korean pop*”, nome dado à música popular sul-coreana, que conta com três elementos característicos: a música, o visual e a dança (HANY, 2020). Com conceitos visuais extravagantes,

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no programa de pós-graduação em Comunicação da UFMS, e-mail: giovana.flores@ufms.br

³ Doutora em Scienze Sociali pela Pontificia Università Gregoriana (Itália) e Professora Titular da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Líder do grupo de pesquisa Mídia e Mediações Comunicativas da Cultura (CNPq). E-mail; marciagm@yahoo.com

performances intensas e músicas que possuem influência de diversos gêneros ocidentais – em especial o *hip hop* –, o estilo musical vem lentamente adentrando o mercado global de música. Com relação aos astros do K-pop ou um *idol*, como são chamados os artistas do gênero, é necessário participar das seleções promovidas pelas empresas de entretenimento e ser recrutado; o candidato a artista passa, então, por treinamentos que perpassam os diversos ramos da indústria do entretenimento, como canto, dança e atuação e aulas de idiomas como inglês, japonês ou mandarim e história e geografia. Além disso, alguns *idols* passam por uma ou mais cirurgias plásticas antes de sua estreia oficial.

No K-pop, o foco é posto mais nos grupos do que nos artistas solo, e a seleção de seus membros não leva em conta apenas o talento de cada *trainee*, colocando ênfase no conceito escolhido para o grupo que fará a sua estreia (HANY, 2020). Os conceitos variam, conforme o que esteja em alta no momento ou das intenções da empresa com o grupo, mas há temas recorrentes nessa indústria, como os colegiais, os de fantasia ou o de empoderamento.

Um viés explorado por algumas empresas é “desenvolver” o conceito escolhido a partir de histórias fictícias para o grupo, que se desenrola ao longo de um ou mais lançamentos. A narrativa desenvolvida pode ter a duração de uma única “era” – no K-pop, as eras são geralmente delimitadas pelo período de lançamento e divulgação de um álbum ou projeto específico – ou ao longo de múltiplos lançamentos do grupo. Este é o foco deste trabalho, que faz um estudo de caso sobre a narrativa desenvolvida pelo grupo ATEEZ, que perdura desde o seu álbum de estreia até os conteúdos atuais disponibilizados pelo grupo e que se desenvolve em múltiplas mídias de forma independente e complementar, em uma narrativa transmídia.

O grupo, que fez sua estreia em outubro de 2018, iniciou sua jornada contando a história de um grupo de piratas que buscava o seu tesouro. Ao longo dos lançamentos, o enredo – desenvolvido de forma não-cronológica – revela as origens de cada personagem e do grupo, fazendo uso de elementos fantasiosos como viagens no tempo e entre dimensões e uma versão alternativa dos personagens principais, conhecidos como HALATEEZ. A narrativa toma forma em diversas plataformas como videoclipes, crônicas, fotos conceituais utilizadas na divulgação dos lançamentos, curta-metragens e

ações *offline* realizadas na Coreia do Sul, entre outros, o que possibilita o alcance de diferentes públicos enquanto também disponibiliza mais conteúdos para o *fandom*.

Para realizar a análise proposta sobre a história desenvolvida pelo ATEEZ em seus conteúdos, serão abordados os seguintes temas: A construção e os elementos da narrativa (GANCHO, 2004; GAUDREAU, 2009; JOST, 2009; HERMAN, 2009) e narrativas transmídia (JENKINS, 2009; SCOLARI, 2009; MITTELL, 2012). Além disso, também serão colocadas em foco as referências intertextuais (ECO, 1989; JENKINS, 2014) que colaboram com a construção do universo fictício.

1. Estruturas narrativas

Com as características do mercado musical atual, marcado pela presença das plataformas digitais e transnacionalização da distribuição, que possibilita o consumo de forma remota, o mercado cultural se encontra afogado pelo grande fluxo de informações e pela oferta de produtos massificados. O consumo é feito de forma veloz, apressada, por um receptor inquieto que busca por conteúdos cujo ritmo é igualmente rápido, dinâmica evidenciada pelo sucesso de filmes de ação com sequências frenéticas de perseguição e lutas (GITLIN, 2003). Uma das consequências dessa sociedade acelerada é a rápida obsolescência dos produtos, esquecidos na mesma velocidade em que são consumidos (BAUMAN, 2007), o que tornam peculiares os casos de produtos multimídia que são capazes de se manter em circulação durante meses ou anos, atraindo novos públicos e trazendo de volta aqueles que já são familiares com a obra.

O K-pop não é uma exceção à regra. Trata-se de um mercado igualmente veloz e saturado, constituído por múltiplas empresas que desejam criar um vínculo com o receptor de forma que seus produtos – os *idols* – não caiam no esquecimento com rapidez. O gênero teve seu início em 1992 com o trio *Seo Taiji and Boys*, quando o mercado sul-coreano começava a abrir suas portas para a importação de conteúdos culturais oriundos do resto do mundo (HANY, 2020). O grupo teve uma forte influência do *Hip Hop* americano que, mesclado com a música tradicional coreana, criou o gênero. O K-pop, porém, não se limita apenas ao *hip hop*: inspirado também pelos pops japonês e americano, faz o uso de hibridizações durante a produção e composição dos conteúdos, inspirando-se em diferentes gêneros musicais e mesclando o coreano com inglês nas letras das canções (MAZUR, 2014).

As gerações do K-pop tiveram seu início em 1996 e são separadas em cinco a partir dos critérios e convenções estabelecidas pela mídia sul-coreana (HANY, 2020). São elas: a primeira geração (1996-2003), cuja origem se deu com a estreia do grupo masculino H.O.T, a segunda geração (2003-2010), quando se iniciou a exportação do K-pop para o restante da Ásia com a solista BoA, a terceira geração (2010-2018), marcada pela popularização do K-pop no ocidente com o viral de *Gangnam Style* e o grupo BTS, a quarta geração (2018-2023) e a quinta geração, cujo início se deu em 2023 (CHOI, 2023).

Nota-se que o espaço de tempo entre uma geração e outra diminuiu com o tempo: a quarta geração durou apenas 5 anos, enquanto as demais se estenderam por 7 ou 8 anos. Embora o fim de uma geração não signifique necessariamente que os grupos que estrearam naquela época tenham caído no esquecimento ou que não estejam mais ativos, a maior rapidez com que as gerações passam evidencia que o gênero vem se desenvolvendo com maior velocidade. Os conceitos – isto é, temáticas e estéticas exploradas pelos grupos em seus conteúdos – também evoluíram e se diversificaram, indo além dos tradicionais conceito “fofo” ou colegial e explorando narrativas densas, com maior profundidade e em alguns casos difundidas em mais de uma plataforma.

Grupos como o BTS, EXO, Tomorrow x Together, ATEEZ, Billie e NewJeans são alguns exemplos de grupos que construíram uma narrativa contínua, que se desenvolveu ao longo de vários conteúdos e eras. Alguns desses universos fictícios possuem até mesmo um nome próprio, como o “*Bangtan Universe*” ou o “*EXO Planet*”, além de um selo que sinaliza quais conteúdos são pertinentes para o enredo e quais não estão conectados ao enredo. O caso do ATEEZ, contudo, se destaca pela sua narrativa envolver todos os conteúdos lançados pelo grupo desde a sua estreia até os lançamentos mais recentes.

Entende-se por narrativa uma cadeia de acontecimentos conectadas por causa e efeito, que se passam em um local e uma época determinadas (BORDWELL; THOMPSON, 2013), e possuem começo, meio e fim (GAUDREAU, JOST; 2009). Em sua obra, Gancho (2004) classifica em cinco os elementos que constituem uma narrativa, sendo eles: enredo, tempo, espaço, personagens e narrador. Além disso, todo texto narrativo possui implícito em si tema, mensagem e assunto (PINNA, 2006), que

constituem os ensinamentos morais ou práticos que estão presentes em qualquer narrativa (BENJAMIN, 1986).

É chamado de enredo o conjunto de eventos que formam uma narrativa. Nele estão implícitas as regras que ditam o universo fictício da obra, chamado de *storyworld*, que diz respeito ao “mundo evocado de modo implícito ou explícito por uma narrativa” (HERMAN, 2009, p. 109). Não é mandatório que os universos narrativos sejam idênticos ao mundo real (GAUDREAU, JOST; 2009), mas é necessário que existam regras que ditam o que é ou não possível dentro do mundo narrativo de modo que a verossimilhança da obra não seja prejudicada. A diegese – isto é, dos elementos que preservam a coerência da obra (SOURIAU *apud* PINNA, 2006) – permite delimitar as normas do *storyworld* por meio de artifícios narrativos, garantindo assim a verossimilhança narrativa.

Enredos narrativos são divididos em três fases, sendo elas a introdução, o desenvolvimento e o desfecho. A introdução apresenta todo o universo narrativo, revelando os personagens, a linha temporal, o espaço e os conflitos. A evolução da narrativa depende essencialmente de dois desses elementos: os personagens e o conflito. Define-se por conflito a “tensão que organiza os fatos da história e prende a atenção do leitor” (GANCHO, 2004, p. 8), indicando o rumo que a trama irá tomar e criando a expectativa para o clímax narrativo, momento de tensão máxima do enredo (*Ibid*).

O conflito pode se manifestar através de um conflito entre personagens – protagonista *versus* antagonista – ou entre um personagem e o próprio ambiente, como ocorre na franquia Jogos Vorazes (COLLINS, 2008). Este é definido pelos aspectos socioeconômicos e políticos do enredo, que são consequência dos aspectos temporais e do espaço físico onde a narrativa se desenrola (GANCHO, 2004). Já a temporalidade narrativa é constituído pelas diversas camadas temporais presentes no enredo: o tempo-cronologia – período em que os acontecimentos se passam dentro da narrativa –, o tempo de organização da narrativa – sequência em que os acontecimentos são narrados, que não corresponde necessariamente a cronologia –, o tempo concreto – período total de consumo do conteúdo – e o tempo histórico – momento na história em que o enredo se passa (PINNA, 2006).

Os personagens são definidos por Brait (2017) como os agentes de ação na narrativa, elementos que só existem dentro do enredo e sem os quais a narrativa não

pode existir (PINNA, 2006). São três os tipos de personagens: protagonistas – figuras centrais da narrativa –, oponentes – comumente responsáveis pelo conflito – e adjuvantes, que tem como papel auxiliar os protagonistas em sua jornada (SOURIAU; PROPP *apud* BRAIT, 2017). O personagem ainda pode se manifestar enquanto narrador, no caso de narrativas em primeira pessoa.

Tratando-se de uma entidade fictícia, assim como os personagens, o narrador não existe fora da narrativa, de modo não corresponde ao “autor” (GANCHO, 2004). Conforme Benjamin (1986), a narração é caracterizada pela troca de experiências entre o leitor e o narrador, explorando a essência utilitária da narrativa, explorando a temática da obra através de ensinamentos morais ou práticos. O tema, por sua vez, é o “conceito” da narrativa, o tópico principal abordado pela história e que se propõe a transmitir o ensinamento, isto é, a mensagem que a obra deseja passar para o público.

Os temas explorados muitas vezes retratam situações recorrentes, chamados de *topos* (AREAL, 2011), clichês que já são familiares e facilmente reconhecíveis pelo público. Apesar de recorrentes, um *topos* oferece múltiplas possibilidades que podem ser exploradas que não precisam estar ligadas aos significados pré-estabelecidos: é possível subverter os clichês, como ocorre na franquia de terror Pânico, ou usá-los para construir a expectativa do leitor pelo clímax da narrativa. A citação, assim como o clichê, é caracterizada pelo “empréstimo” de cenas familiares ao imaginário popular para evocar lembranças ou temáticas exploradas por obras externas a narrativa (JOLY *apud* AREAL, 2011).

2. A narrativa transmídiatica do ATEEZ

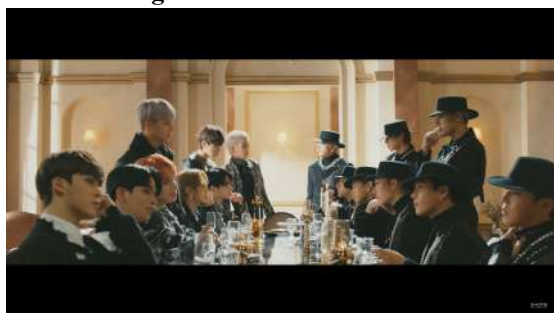
Em outubro de 2018 o ATEEZ lançava o primeiro *trailer* divulgando sua estreia que aconteceria no final daquele mesmo mês. No vídeo é apresentado um grupo de 8 piratas em um deserto, com uma narração em *off* que introduz o público a sua jornada: “O vento gelado pode nos fazer tremer, o calor do sol pode nos deixar com sede, as vibrações da areia podem nos engolir. Mas nós nunca vamos parar. Ouro, vida eterna, honra, amor, fama. Não importa com o que você sonha.” (KQ Entertainment, 2018). O texto é uma referência a introdução do *anime* One Piece, que também conta a história de um grupo de piratas que busca pelo tesouro do Rei dos Piratas. A conexão entre o álbum e o *anime* é evidenciada, também, pelas faixas-título *Pirate King* e *Treasure*. A série

“*TREASURE*” tem o seu início com o lançamento do primeiro álbum episódico e perdura por mais quatro álbuns, sendo encerrada com o MV de *Answer* em 2020.

As canções e a estética visual dos álbuns acompanham a temática pirata, trazendo outras referências como Piratas do Caribe, Peter Pan e Alice no País das Maravilhas para construir o universo e o cenário fantasioso em que a narrativa se passa. O uso de referências a obras pertencentes à cultura popular global – isto é, que pertencem ao imaginário coletivo da população – cria um vínculo entre o leitor e a narrativa através da identificação (JENKINS *et al*, 2014). O uso dessas referências também permite que o receptor crie uma certa expectativa em relação aos acontecimentos da narrativa com base no seu conhecimento do conteúdo externo referenciado (ECO, 1989).

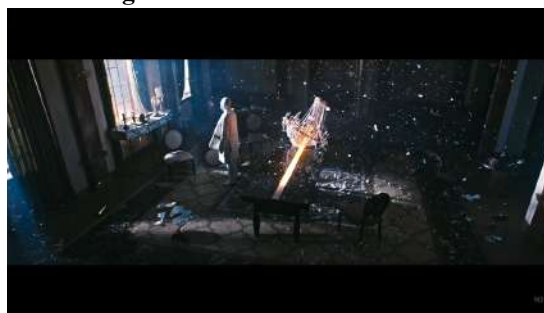
No segundo episódio de *TREASURE*, as figuras do “HALATEEZ” foram introduzidas no MV de *HALA HALA*. Ao longo dos lançamentos a tensão entre o “ATEEZ” e o “HALATEEZ” aumenta, fazendo com que o público acreditasse que estes se tratavam dos antagonistas da obra. Em *Answer*, a narrativa atinge o seu clímax com a cena que apresenta os dois grupos frente a frente, fazendo um brinde (Figura 1), o que indica que os personagens chegaram a algum tipo de acordo. O desfecho da série se dá com a introdução de um novo personagem: um homem vestido de branco (Figura 2).

Figura 1 - Brinde de Answer



Fonte: captura de tela

Figura 2 - O homem de branco



Fonte: captura de tela

A resolução do conflito marca o desfecho narrativo. É comum que algumas tramas deixem algumas pontas soltas durante o encerramento da obra, levantando assim questionamentos que poderão ser explorados em conteúdos secundários, derivados da narrativa principal (SCOLARI, 2009). As lacunas narrativas deixadas para trás também estimulam o público a procurar pelas respostas por conta própria, transformando-os em

“detetives” e estimulando o retorno desse receptor em busca de pistas que possam preencher as pontas soltas do enredo (JENKINS, 2009).

Durante o período de pausa após o lançamento de *Answer*, o *fandom* do ATEEZ se dedicou a tentar descobrir a verdadeira identidade por trás da máscara do “homem de branco”, assim como o motivo do brinde feito pelo ATEEZ e o HALATEEZ. Entre as possibilidades levantadas pelos fãs estavam as seguintes suposições: com base na estatura e na largura dos ombros, acreditava-se que Yunho era o homem vestido de branco e após notar uma espuma na bebida que o HALATEEZ tomava, o *fandom* supôs que o ATEEZ havia envenenado suas versões alternativas.

Em julho de 2020, cinco meses após a estreia de *Answer*, o primeiro mini álbum de *FEVER* foi lançado, introduzindo a série e apresentando as origens do grupo de piratas chamado ATEEZ. Além dos MVs e *trailers* que já eram explorados durante *TREASURE*, com *FEVER* a narrativa começou a ser disseminada em outras mídias por meio de uma coletânea de crônicas chamada *Diary*, que acompanhava os álbuns físicos do grupo, e de um curta-metragem chamado de *Diary Film*, que se aprofunda nas possibilidades do universo narrativo fantasioso construído, além de explorar algumas pontas soltas deixadas pela série anterior, como a origem do “HALATEEZ”.

A partir de *FEVER* a narrativa transmídia do ATEEZ deixa de se limitar apenas ao audiovisual e começa a se expandir para outros meios. É chamada de transmídia uma história que “desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009, p. 138). Essas narrativas se espalham por diferentes meios comunicativos de forma autônoma, isto é, a compreensão de um conteúdo não é comprometido pela falta de conhecimento dos demais. Desta forma, o receptor pode escolher de qual forma deseja consumir a narrativa: por meio de um único conteúdo, acompanhando apenas uma plataforma ou se tornando um consumidor transmídia, que transita entre várias mídias para seguir a narrativa em sua totalidade (SCOLARI, 2009).

Ao mesmo tempo em que dá ao consumidor a autonomia para decidir o que deseja consumir, a transmídia também amplia as possibilidades de entrada para a narrativa e permite que cada mídia seja usada de modo mais eficaz (JENKINS, 2009). Cada conteúdo é construído a partir de um leitor-modelo (ECO, 2004), previsto em cada plataforma, e baseando-se no repertório cultural e nas experiências comuns vividas por

esse público cria-se um conteúdo mais atrativo. Temáticas como amizade, romance e comunidade são geralmente centrais nas comunidades *fandom*, ditando não apenas aquilo que produzem, mas também o que consomem (JENKINS *et al* 2014).

Apesar de a temática central da série *FEVER* ser a amizade entre os personagens, que inicialmente se desenvolve em um mundo semelhante ao real, o universo narrativo também apresenta elementos fantasiosos como a viagem entre dimensões e através do tempo. Essas façanhas, porém, só são possíveis para aqueles que tem em posse o “Cromer” (Figura 3), artifício narrativo representado por um objeto semelhante a uma ampulheta que possui diversas funções que variam conforme a fase da lua: durante a lua crescente, por exemplo, aquele que utilizar o Cromer pode enviar mensagens por meio de sonhos, enquanto durante a lua cheia é possível viajar entre dimensões. É através do uso do objeto que os personagens da narrativa do ATEEZ se deslocam entre as dimensões “A” e “Z”, possibilitando ao grupo explorar uma maior afluência de espaços onde a narrativa se desenvolve.

Figura 3 - Cromer



Fonte: captura de tela

É revelado que o HALATEEZ é a versão do ATEEZ pertencente a dimensão “Z”. Esse mundo, chamado de *Strickland*, apresenta um cenário distópico onde os sentimentos e a individualidade são proibidos sob a justificativa de serem os principais motivos para as guerras e a destruição do planeta terra. Através do uso de inteligências artificiais, o governo foi bem-sucedido ao inibir as emoções de toda a população daquela dimensão, isolando e punindo aqueles que se opõem ao sistema, como o HALATEEZ, que fazem parte do grupo revolucionário “*Black Pirates*” cujo objetivo é derrubar o governo e libertar os cidadãos da *Strickland*.

No segundo álbum episódico da série, mais uma lacuna narrativa deixada por *TREASURE* é explicada: o “homem de branco” é identificado como sendo, na verdade,

um dos *androids* guardiões da *Strictland*, que capturam o HALATEEZ durante uma de suas missões, quando o grupo fez uso do Cromer para entrar em contato com o ATEEZ na dimensão “A” e trazê-los para o Mundo “Z” para substituí-los. Contudo, o Cromer é capturado pelos *androids*, fazendo com que o ATEEZ fique preso naquela dimensão. A série *FEVER* também coloca em foco os arcos individuais de cada personagem, desenvolvidos ao longo dos cinco episódios que compõem a série. Apenas no último álbum episódico, chamado de *Epilogue*, eles decidem se juntar aos *Black Pirates* e combater o governo da *Strictland*.

Nota-se que enquanto se aproveitava das pontas soltas deixadas por *TREASURE* – como a origem do HALATEEZ e a identidade do homem de branco – ao mesmo tempo em que introduz novos questionamentos e lacunas narrativas que serão exploradas nas séries posteriores. Em 2022, a série *WORLD* foi introduzida como uma continuação direta de *FEVER*. Contando as histórias dos *Black Pirates* e retratando o seu plano para libertar a *Strictland*, a narrativa apresenta as intervenções artísticas realizadas pelo grupo revolucionário, que usa a música e a dança para despertar as emoções da população e lutar contra o governo. Embora as ações dos *Black Pirates* tenham sido explicadas apenas em *Guerrilla*, faixa-título do primeiro mini álbum da série, os eventos já haviam sido citados na narrativa do grupo durante *FEVER* e em uma das apresentações do *reality show Kingdom: Legendary War*, que foi ao ar em 2021.

Na apresentação que recebe o título de “*Rhythm Ta: Awakening of Summer*” (Figura 4), as operações dos *Black Pirates* são encenadas pelo grupo com o apoio da coreografia e do cenário do palco. Posteriormente, durante o lançamento do primeiro mini álbum da série *WORLD* e o lançamento do MV de *Guerrilla* (Figura 5), foi possível notar conexões com a performance realizada um ano antes: a cena dos panfletos sendo jogados do dirigível na Figura 3 foi reproduzida no videoclipe demonstrado pela Figura 4. Além disso, também é possível notar os mesmos panfletos nas imagens promocionais do álbum divulgadas nas redes sociais do grupo.

Figura 4 - Apresentação no *Kingdom*



Fonte: Captura de tela

Figura 5 - Cena do MV de *Guerrilla*



Fonte: Captura de tela

A autorreferência é um recurso utilizado por narrativas que demandam de seu leitor conhecimento sobre os eventos passados (RÉGIS, 2009). É possível compreender o vídeo de *Guerrilla* sem conhecimento prévio da apresentação, porém as informações tornam a experiência mais interessante para aqueles que optam em fazer o consumo pleno da narrativa transmídia. Essas estratégias incentivam o *fandom* a revisitar conteúdos passados, buscando por novas informações na tentativa de conectar os eventos narrativos espalhados pelas diversas plataformas transmídia:

Um novo modelo de como assistir televisão, em que os fãs, acompanhando uma temporada por vez de um determinado programa (como as tentativas muitas vezes relatadas de assistir uma temporada inteira da série 24 horas para recuperar seu enquadramento temporal diegético) são encorajados a ver múltiplas vezes o que antes era uma forma de entretenimento essencialmente efêmera (MITTELL, 2012, p.35)

Narrativas complexas, conforme Mittell (2012), exigem do público um comprometimento maior para haver a compreensão plena da narrativa. Essas narrativas apresentam simultaneamente um arco narrativo central e núcleos secundários, de curta duração, que auxiliam no desenvolvimento do enredo principal. As obras derivadas também possibilitam explorar outros pontos de vista e eventos narrativos, conforme aconteceu com o álbum *spin off*, que recebe o nome de *Spin Off: From The Witness*.

O mini álbum, ao contrário dos outros lançamentos do grupo, se trata de um conteúdo “extra”, apresentando a narrativa do ponto de vista das testemunhas: isso é, os próprios fãs. Os conteúdos retratam a *Strickland* no período de ausência dos *Black Pirates*, quando o HALATEEZ havia sido capturado pelos *androids* guardiões. Durante o período de divulgação, foram disponibilizados diversas dicas em forma de código morse ou dicas escondidas nos conteúdos de divulgação postados nas redes sociais, além de um vídeo de 30 minutos disponibilizado no YouTube onde estavam escondidas

pistas referentes ao próximo lançamento, que apareciam e desapareciam periodicamente no decorrer do vídeo.

A divulgação dos álbuns da série *WORLD – Movement* e *Outlaw*⁴ – também fez uso de estratégias como essa, além de ações *offline* que foram realizadas para a divulgação dos lançamentos. Em abril de 2023, durante o primeiro dia de show do grupo em Seoul, na Coreia do Sul, foi colocado um *outdoor* de “PROCURA-SE” na saída da arena (Figura 6), os fãs presentes no local relataram que ele havia sido colocado durante a realização do show, de modo que só poderia ser visto depois do espetáculo. No segundo dia, o *outdoor* havia sido destruído e bandeiras do grupo *Black Pirates* haviam sido colocadas sobre os destroços, implicando que os fugitivos eram os responsáveis (Figura 7).

Figura 6 - Primeiro dia de show



Fonte: X

Figura 7 - Segundo dia de show



Fonte: X

Os fãs que estavam presentes no show compartilharam as fotos nas redes sociais, o que possibilitou para os fãs internacionais ou que não foram capazes de comparecer tomar conhecimento do ocorrido e criar suas próprias suposições sobre o que aquilo pode significar para o futuro da narrativa. As estratégias utilizadas pelo grupo – seja através das ações *offline*, do uso de código morse ou da difusão da narrativa em múltiplas plataformas – incentivam a interação das comunidades *fandom*, que por si só já possuem forte influência da cultura participativa:

Ao mesmo tempo, esses artistas estão construindo uma relação mais cooperativa com os consumidores: trabalhando juntos, membros do público conseguem processar mais informações sobre a história do que se imaginava.

⁴ Embora tenha sido lançado durante a série *WORLD*, o mini álbum *Spin Off: From The Witness* não é considerado parte da série por se tratar de um conteúdo extra, derivado da série.

Para atingir seus objetivos, esses narradores estão desenvolvendo um modelo de autoria mais cooperativo, cocriando conteúdos com artistas com visões e experiências diferentes, numa época em que poucos artistas ficam igualmente à vontade em todas as mídias (JENKINS, 2009, p. 139)

A convergência dos meios fez com que o consumo se tornasse um processo coletivo, operando por meio da inteligência coletiva (LÉVY *apud* JENKINS, 2009). Nessa dinâmica, os fãs compartilham seus conhecimentos para decifrar as lacunas narrativas, buscando possíveis referências intertextuais, visitando conteúdos lançados pelo grupo anteriormente e trocando informações entre si. Fazendo uso da atuação coletiva das comunidades *fandom*, o grupo garante que o seu conteúdo continue em circulação mesmo durante os períodos de inatividade, permitindo que o público se desdobre sobre as lacunas e pontas soltas deixadas para trás.

CONCLUSÃO

A narrativa construída pelo ATEEZ se iniciou no audiovisual, com a música, os *trailers* e os vídeos disponibilizados pelo grupo para contar a história de 8 piratas que partiam em busca de seu tesouro. Depois, o grupo ampliou o alcance do conteúdo, levando sua narrativa às mídias de reprodução *offline*, como *álbuns* – com as crônicas do *Diary* – e até mesmo expandindo o seu universo narrativo, trazendo-o para o mundo real através das ações *offline* realizadas na Coreia do Sul.

A estratégia transmídia adotada pela empresa incentiva a participação do *fandom*, aproximando-o da narrativa através do uso da transmídia e da inserção de referências intertextuais familiares ao imaginário coletivo popular. As lacunas inseridas incentivam as dinâmicas investigativas comuns nessas comunidades, com o público a buscar informações para ampliar a compreensão da narrativa. O processo de consumo, antes efêmero, agora exige do seu leitor a atenção constante para que nenhuma dica implícita ou detalhe seja perdido durante a leitura, fidelizando dessa forma o consumidor à narrativa.

REFERÊNCIAS

- AREAL, Leonor. Para uma Teoria do Cliché. **Cinema: Journal of Philosophy and moving Image**, Lisboa, 2ª edição, p. 141-164. 2011. Disponível em: <<http://cjpmi.ifl.pt/2-areal>>
BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008

- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política**. 3ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.
- BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A Arte do Cinema: uma Introdução**. 1ª ed. São Paulo: Edusp, 2013.
- BRAIT, Beth. **A Personagem**. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2017.
- CHOI, Ji-won. K-pop's 5th gen kicks off with boy band rush. **The Korea Herald**, 2023. Disponível em: <<https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230508000676>>. Acesso em: 01 de agosto de 2023.
- ECO, Umberto. A inovação no seriado. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, p. 120-135, 1989.
- _____. **Lector in fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos**. 2ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.
- GANCHÓ, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas**. 9ª ed. CIDADE: EDITORA, 2006.
- GAUDREAU, André; JOST, François. **A narrativa cinematográfica**. Brasília: UNB, 2009.
- GITLIN, Todd. **Mídias Sem Limite**. 1ª ed. Civilização Brasileira, 2003.
- HANY, Dunia Schabib. **K-pop: a fantástica fábrica de ídolos**. 1ª ed. Curitiba: Appris, 2020.
- HERMAN, David. **Basic Elements Narrative: What's the Story?** 1ª ed. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2009.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- _____; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. 1ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2014.
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) - 'Answer' Official MV**. 2020. Acesso em 3 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yW7wZX3DUaY>>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) - 'HALA HALA (Hearts Awakened, Live Alive)' Official MV (Performance ver.)**. 2019. Acesso em 3 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QbjmVyP9RFg>>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) TREASURE EP.1 : All To Zero 'Intro : Long Journey' Trailer**. 2018. 17 de julho de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eXubmzAgA10>>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) - 'Treasure' Official MV**. 2018. Acesso em 6 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tLV83ndOwz4>>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) - 'Guerrilla' Official MV**. 2022. Acesso em 19 de julho. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2HcVZm_4qAI>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) ZERO : FEVER Part.1 'Diary Film' Official Video**. 2020. 17 de julho de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=g833H8DPC4Q>>
- KQ ENTERTAINMENT. **ATEEZ(에이티즈) - '해적왕(Pirate King)' Official MV (Performance ver.)**. 2018. Acesso em 6 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RqJ1rH9M5G0>>
- MAZUR, Daniela. **A Onda Coreana e a representação do passado em "Reply 1997"**. Trabalho de Conclusão de Curso (Estudos de Mídia) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2014.
- MITTELL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **MATRIZES**. São Paulo, Ano 5 – Nº 2, p. 29-52, 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38326>>
- Mnet K-POP. [플버전] ♪ 리듬 타 (**The Awakening of Summer**) - 에이티즈(ATEEZ). 2021. Acesso em 28 de julho de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Z4n06VT4H9w>>
- PINNA, Daniel. **Animadas Personagens Brasileiras: A linguagem visual das personagens do cinema de animação contemporâneo brasileiro**. Dissertação de Mestrado (Artes e Design) – PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2006.

RÉGIS, Fátima. Da cultura de massa à cultura ciber: a complexificação da mídia e do entretenimento popular. **Interin**. Curitiba, vol. 7, n° 1, p. 1-18, 2009.

ROLL, Martin. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture.

Martin Roll: Business & Brand Leadership, 2021. Disponível em:

<<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>>

SCOLARI, Carlos Alberto. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. **International Journal of Communication**.

Catalunya, Vol. 3, p. 586-606. 2009. Disponível em:

<<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477/336>>