

Tecnologia, fantasmas e Sayeon: uma análise da vida no mundo digital a partir do K-pop¹

Leonardo Alcântara²

Carolina Cassoli³

Universidade Federal da Paraíba – UFPB
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Resumo

Este artigo busca analisar os videoclipes do *single album* “OMG” do NewJeans, grupo feminino de Kpop criado pela gravadora independente ADOR em 2022, sob a direção da CEO e diretora criativa Min Hee-jin. Pretendemos analisar, portanto, os videoclipes dos *singles* “Ditto” e “OMG”, que compõem o álbum, com o objetivo de compreender as “relações parassociais” (Horton; Wohl, 1953, tradução nossa) dos indivíduos com as tecnologias digitais e o “deserto do real” (Baudrillard, 1991, p. 8) contemporâneo, a partir das relações entre o público de K-pop e os *idols* representada nos clipes.

Palavra-chave: Tecnologia; K-pop; relações parassociais; NewJeans.

Introdução

“Essa música é sobre você”. Essa é a frase que inicia a música “OMG”⁴ do NewJeans. A faixa compõe o segundo álbum do grupo feminino de K-pop lançado em 2022 pela ADOR (*All Doors One Room*) – gravadora independente subsidiária da HYBE Corporation –, sob a direção da produtora musical e designer gráfica Min Hee-jin.

O grupo feminino é formado pelas integrantes Minji, Hanni, Danielle, Hyein e Haerin, popularmente conhecidos como *idols*. O NewJeans foi um sucesso explosivo na Coreia do Sul desde o seu primeiro *debut* com o *EP* (*Extended Play*) “*NewJeans*”, em 2022, tornando-se “o primeiro grupo feminino de K-pop que vendeu mais de um milhão de cópias de um álbum de estreia” (Yoo, 2023, tradução nossa). O *EP* é composto pelas faixas “Attetion”, “Hype Boy”, “Cookie” e “Hurt”.

Em dezembro de 2022, o grupo feminino em ascensão retornou com o pré-lançamento de “Ditto”, a segunda faixa do seu novo *single album* “OMG”, lançado em 2

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 8º Semestre, do Curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, e-mail: leonardoalcnt@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho e mestranda em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: carol.cassoli@gmail.com.

⁴ ‘OMG’ OFFICIAL MV. NewJeans. Youtube. 2 jan. 2023. 1 vídeo (6 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_ZAgIHmHLdc. Acesso em: 22 jun. 2025.

de janeiro de 2023, incluindo também a faixa-título “OMG”. Com apenas dois *singles* compondo o álbum, ele foi um sucesso internacional, tanto pelo talento do grupo quanto pela ousadia.

A produtora e CEO da ADOR, Min Hee-jin, já era reconhecida na indústria por produzir toda uma nova onda de grupos femininos no K-pop. Ela trabalhou durante anos na SM Entertainment – uma das maiores e mais influentes multinacionais do entretenimento na Coreia do Sul –, como diretora criativa, sendo responsável pelo *branding* de grupos como o Girl’s Generation, SHINee, EXO, f(x) e o Red Velvet.

Entretanto, por ser um dos trabalhos mais pessoais da Min Hee-jin, o grupo foi na contramão de sucessos anteriores que saturaram a indústria do K-pop, o NewJeans, e surgiu com uma abordagem nova e particular. No primeiro álbum, o EP “*NewJeans*”, as músicas são mais leves, suaves e melódicas, carregadas de uma estética mais *retrô* e nostálgica, trazendo referências visuais da moda no início dos anos 2000. Tudo isso acabou se tornando o estilo do NewJeans.

No segundo álbum, porém, as produções ficam mais sombrias e assustadoras. Sendo assim, deteremos a nossa análise apenas no *single album* “*OMG*” do NewJeans, lançado em 2023. Consideramos, portanto, que esse trabalho do NewJeans oferece uma abordagem nova na indústria do K-pop e uma percepção aprofundada das relações dos indivíduos com as tecnologias digitais.

Afinal, como é a relação entre *idols* e fãs de K-pop? E como essa relação diz respeito às relações sociais contemporâneas com as tecnologias de comunicação, as redes sociais e a indústria do entretenimento?

Metodologia

Para este artigo, delineamos uma análise semiótica, narrativa e formal dos videoclipes de “Ditto” e “OMG”, do NewJeans. Observamos atentamente os clipes com foco em descrever como esses elementos estéticos, sonoros e visuais se relacionam na narrativa.

Utilizamos uma abordagem qualitativa e descritiva, com o objetivo de ilustrar como esses aspectos visuais, estéticos e narrativos nos clipes, conseguem representar as subjetividades e a atmosfera existencial contemporânea e as complexas relações entre *idols* e fãs de K-pop, assim como a relação dos indivíduos com as tecnologias de comunicação.

Para isso, relacionamos a análise dos vídeos com os conceitos de “relações parassociais” de Horton e Wohl (1953, tradução nossa), para compreender os efeitos das tecnologias de comunicação e da indústria do entretenimento nas relações sociais, e de “simulação e simulacro” de Baudrillard (1991), para entender como essas tecnologias digitais estão debilitando o imaginário social e moldando as relações dos indivíduos com o real.

Tecnologia, fantasmas e Sayeon

Em uma declaração feita à imprensa em 2022, a Min Hee-jin, disse que o novo álbum “OMG” seria “o inverno do NewJeans” (Ji-won, 2022, tradução nossa). Essa descrição captura bem a atmosfera de “Ditto”, segunda faixa do álbum. O videoclipe foi lançado no Youtube em duas partes: lado A⁵ e lado B⁶.

“Ditto” é uma expressão do inglês que significa “idem”, “o mesmo” ou “a mesma coisa”. A palavra é repetida durante toda a música transmitindo uma sensação de nostalgia ou de repetição. De acordo com Boym (2017, p. 153) a nostalgia “é um sentimento de perda e deslocamento, mas é também uma fascinação com a própria fantasia”. Esse sentimento “estranhamente contemporâneo” (Boym, 2017, p. 152) de perda e deslocamento pode ser identificado ao longo de ambos os clipes, tanto pela letra quando diz: “O verão já passou e é outono” (NewJeans, 2022, tradução nossa), que traduz muito da atmosfera melancólica do clipe, quanto pelas imagens e a narrativa.

Logo no começo do primeiro videoclipe (lado A), uma garota chamada Ban Hee-soo está sozinha em uma sala. Há um silêncio no ambiente como se ela estivesse afastada do mundo, em um ambiente desértico. Ela abre uma caixa e encontra uma fita cassete meio empoeirada. Em seguida ela insere a fita em um VHS (videocassete) e as imagens que aparecem na gravação exibida na tela da TV mostram as integrantes do grupo NewJeans.

Ao longo de todo o clipe, o rosto de Ban Hee-soo nunca é realmente enquadrado, tornando sua aparência um mistério. Também, a presença de aparelhos como o VHS, a TV de tubo e a filmadora digital, assim como a ausência de *smartphones*, situam o clipe

⁵ ‘DITTO’ OFFICIAL MV (Side A). NewJeans. Youtube. 19 dez. 2022. 1 vídeo (5 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_ZAgIHmHLdc. Acesso em: 22 jun. 2025.

⁶ ‘DITTO’ OFFICIAL MV (Side B). NewJeans. Youtube. 19 dez. 2022. 1 vídeo (4 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=V37TaRdVUQY&list=RDV37TaRdVUQY&start_radio=1. Acesso em: 22 jun. 2025.

no final da década de 1990 e início dos anos 2000. Essa atmosfera *retrô* evoca a sensação de uma memória perdida; nostálgica, mas fantasmagórica. Em entrevista, Min Hee-jin contou que os seus trabalhos são sempre tocados por esse “único, imprevisível *Sayeon*” (Hee-jin, 2022, tradução nossa). Em coreano, *Sayeon* significa “uma história privada que é revelada tocada pela nostalgia e pelo sentimento de alguém” (Hee-jin, 2022, tradução nossa).

As imagens do NewJeans nas gravações exibidas na TV retratam elas como estudantes no Ensino Médio e o clipe é todo ambientado em uma escola. A sequência dos registros alterna entre enquadramentos das integrantes na sala de aula, na biblioteca, andando pelos corredores, assim como planos vagos de paredes, becos e corredores vazios, e um gato. A atmosfera das imagens transita entre o drama, a nostalgia e o terror. Logo depois, descobrimos que as imagens, na verdade, estão sendo gravadas pela própria Hee-soo.

Aliás, o clipe todo é visto tanto por esse olhar estranho e nostálgico da Hee-soo em relação ao NewJeans, como pelo olhar da câmera, causando sempre um estranhamento dela com a realidade. Essa relação dela com a câmera, como é representada no clipe, parece ecoar as palavras de Boym (2017, p. 156) ao afirmar que “tecnologia e nostalgia tornaram-se codependentes”.

Além das integrantes do NewJeans, ela também filma e observa de longe um garoto que estuda na mesma escola. Eles nunca interagem de fato, mas a proximidade deles revela as ansiedades sociais de um romance platônico adolescente entre os dois, tanto no clipe quanto na música. “Gosto um pouco de você, não quero nenhum enigma” (NewJeans, 2022, tradução nossa), diz o refrão. Entretanto, se em alguns momentos do clipe a garota aparece filmando as integrantes do NewJeans, com o rosto o tempo todo escondido atrás da câmera, em outras, ela aparece completamente sozinha. Na verdade, ela sempre esteve sozinha.

Horton e Wohl (1953) introduzem o conceito de “interações parassociais” para descrever os efeitos “ilusórios” dos meios de comunicação de massa sob seus espectadores, na medida em que simulam uma relação íntima entre a audiência e certas *personas* na mídia. “A interação, caracteristicamente, é unilateral, não-dialética, controlada pelo artista e não suscetível de desenvolvimento” (Horton; Wohl, 1953, p. 215, tradução nossa). Essas *personas*, como celebridades, *show hosts* de programas de

audiência, artistas, até mesmo *puppets* de programas infantis, existem unicamente em função das “relações parassociais” do público com os *medias*.

O rosto que a Hee-soo esconde atrás da câmera é, na verdade, essa solidão existencial contemporânea. O NewJeans existe na vida dela apenas como um fantasma – uma presença irreal que se materializa apenas pela mediação da nostalgia dessas imagens –, sendo vistas ora pela câmera que ela segura com uma das mãos engessadas, como se o tempo todo houvesse algo “quebrado” nela, ora pelas gravações que ela guarda. Baudrillard (1991), ao introduzir os conceitos de “simulação e simulacro”, descreve esse estágio do simulacro como uma hiper-realidade criada pelas tecnologias digitais. “Quando o real já não é o que era, a nostalgia assume todo o seu sentido” (Baudrillard, 1991, p. 14).

Podemos dividir a narrativa de ambos os clipes (lado A e lado B) a partir de três pontos de vista diferentes: Ban Hee-soo, representando os fãs de K-pop; a câmera que ela segura em frente ao rosto, que permite a ela essa “interação parassocial” com as *idols* do NewJeans; e o garoto, como o real “cujos resíduos existem aqui e ali” (Baudrillard, 1991, p. 8). A forma “parassocial” que a Hee-soo se relaciona com o NewJeans no clipe, através da câmera e das gravações, representa como o público do K-pop interage com seus *idols* nessa indústria, e, também, de modo geral, como nos relacionamentos com as mídias digitais.

Nos clipes de “Ditto”, observamos o grupo NewJeans sempre pelo olhar nostálgico e sentimental de Hee-soo. Entretanto, esse olhar é, também, o olhar do público que assiste, dos fãs de K-pop. Quem, de alguma maneira, se relaciona com essas imagens e esses *idols*, através das mídias digitais. Assim, de modo geral, “Ditto” representa as “relações parassociais” que foram criadas através das tecnologias de comunicação, sobrevalorizando as intimidades e as relações sociais, mediando a realidade através de imagens.

Expectativas, mídias digitais e *idols*

Se no clipe de “Ditto”, entretanto, observamos o NewJeans pela perspectiva do público de K-pop, em “OMG”, essa relação é invertida. O clipe da primeira faixa que dá nome ao álbum é visto pela perspectiva do NewJeans – ou, podemos dizer, dos *idols* de K-pop.

No clipe de “OMG” as coisas começam a ficar um pouco mais sombrias e esquisitas. Na primeira cena, vemos as integrantes do NewJeans como pacientes em um hospital psiquiátrico, todas reunidas ao redor de uma mesa no centro de uma sala iluminada por uma luz fantasmagórica. O médico pergunta qual é a história delas e cada uma das integrantes vai contando sobre a sua condição.

Hanni começa a contar a sua história enquanto um barulho de despertador toca ao fundo e a cena muda. Ela aparece correndo em lugar vazio, confinada entre paredes luminosas, como se estivesse em um sonho. Ela conta que estava confusa e sem saber quem era e onde estava. Quando ela entra em uma das salas, o plano da câmera se distancia e vemos que ela estava, na verdade, dentro de um iPhone. Da sua perspectiva nas “relações parassociais”, o *idol* se vê perdido e confinado, tanto na tecnologia quanto na fantasia alheia. “Eu existo para você. Quando você ligar, eu vou correr até você de qualquer lugar em qualquer momento. Não importa mais quem eu sou. Eu existo para você” (NewJeans, 2023, tradução nossa) diz Hanni, achando que é a assistente virtual do iPhone, Siri.

Porém, embora o clipe seja todo contando do ponto de vista das integrantes do NewJeans, a música adverte no seu primeiro verso que “essa música é sobre você” (NewJeans, 2023, tradução nossa). Na sua vez, Minji diz que não é uma paciente, mas sim, a médica que trouxe elas para o hospital. Vemos ela numa rua, vestida de médica, falando com uma garota encolhida. Quando a garota olha para a câmera, ela é a própria Minji. Esse “duplo”, podemos dizer, representa a fragmentação da identidade tanto dos *idols* na indústria quanto nossa no mundo digital.

Logo depois, Heyin relata que está vivendo como a personagem principal de diversos filmes de cinema. Haerin, curiosamente, afirma que é um gato. E, finalmente, Danielle conta às outras que elas são o grupo de K-Pop NewJeans, e que elas estão no meio da gravação de um clipe. Todas elas, em suma, afirmam ser um “objeto” que existe para alguém em uma fantasia alheia, seja um iPhone, um gato de estimação, personagens de filmes de cinema ou *idols*.

Descobrimos também que o médico, na verdade, é um paciente nesse hospital. Ele observa as integrantes do NewJeans sentado em um canto na sala do hospital. Conforme ele assiste, o grupo vai mudando de forma na mesa, alternando entre bebês, adolescentes, um urso de pelúcia, soldados do exército, fantasmas, trabalhadores de construção, homens de terno e pessoas aleatórias. Todos representam pessoas comuns da sociedade sul-

coreana: trabalhadores, homens de negócios, soldados, adolescentes, crianças e, é claro, *idols* de K-pop.

Na Coreia do Sul, o público do K-pop abrange todos esses âmbitos da sociedade. Essas pessoas crescem, vivem e consomem massivamente essas imagens no dia a dia, através dos meios de comunicação. Horton e Wohl (1953) descrevem a relação unilateral do público com essas *personas* na mídia, como sendo “parassociais”. Entretanto, o que o clipe de “OMG” nos revela é a perspectiva de quem vive nesse lugar da *persona* – como é ser um *idol*.

No clipe, todas as integrantes se identificam com algo que existe para um outro. Se as imagens e a narrativa do clipe transmitem essa atmosfera esquisita de loucura e a sensação de confinamento, é porque, de fato, é enlouquecedor estar nesse lugar do *idol* na indústria, em que se está sempre *performando* – seja para a câmera ou para o público – para um outro que carece de referências do real. Daí decorre essa debilidade do imaginário social no capitalismo tardio que Fisher (2020) define como “realismo capitalista”.

Assim como o *idol* existe para o seu público, também acabamos existindo para as tecnologias digitais e as redes sociais. Assim como Hanni no início do clipe, estamos confinados nessa atmosfera existencial que Baudrillard (1991, p. 8) chama de “deserto do real”, que condiciona nossas subjetividades, através das tecnologias digitais e redes sociais, a sempre *performar*.

Considerações finais

Concluimos, portanto, que os videoclipes de “Ditto” e “OMG”, do grupo NewJeans, revelam as complexidades das “relações parassociais” que fãs de K-pop, muitas vezes, estabelecesse com os *idols*, criando relações “ilusórias” de intimidade e nostalgia que os distanciam do real. Assim, a realidade passa ser mediada não pela relação com o real, mas pelas imagens que consumimos, criando assim um “deserto do real” (Baudrillard, 1991, p. 8).

Essa condição “estranhamente contemporâneo” (Boym, 2017, p. 152) que foi possibilitada pelas tecnologias de comunicação, pode ser observada tanto nos clipes de “Ditto”, em que a personagem principal fantasia uma relação de amizade na escola com as integrantes do NewJeans, como no clipe de “OMG”, quando as integrantes do NewJeans, descrevem as suas condições psicológicas.

A solidão existencial e a ansiedade social de Hee-soo, no clipe de “Ditto”, assim como a loucura de ser um *idol* na indústria de K-pop representada em “OMG”, são sintomas desse “deserto do real”, onde a sensação predominante é de que a única saída é *performar*. Essa sensação tornou-se generalizada no mundo contemporâneo onde as “relações parassociais” estão substituindo as relações sociais e destruindo qualquer lastro do pensamento no real.

Muito além de meras ferramentas, as tecnologias digitais dominam cada vez mais todos os âmbitos da vida social, transformando a realidade em um “simulacro”, algo que perdeu sua conexão com a realidade original em troca da conexão com as tecnologias digitais. Em “Ditto”, a personagem Hee-soo esconde sempre o rosto atrás de sua câmera, nunca se relacionando de fato com as outras pessoas da escola, incluindo seu interesse romântico.

Também em “OMG”, os relatos das integrantes do NewJeans sobre quem elas acham que são revelam que estão todas desconectadas da realidade, perdidas no “deserto do real”. Sem capacidade para encontrar referencial, tudo o que resta é *performar*. Essa dimensão sombria e perturbadora das subjetividades contemporâneas não é apenas uma decisão estética, mas uma dimensão da vida social que estamos conectados demais para perceber.

Essa música é sobre você.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BOYM, Svetlana. Mal-estar na nostalgia. **História da Historiografia**: International Journal of Theory and History of Historiography. Ouro Preto, v. 10, n. 23, 2017.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista**: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo?. 1. ed. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

HEE-JIN, Min. How much do you know about Min-Hee-jin?. [Entrevista concedida a] Harry Jun, Kim Jae-hun, Park Sasha, Jin Chae-min. **Be(Attitude)**, Coreia do Sul, 2022. Disponível em: <https://magazine.beattitude.kr/special-interview/artistproject-minheejin-part1-eng/>. Acesso em: 22 jun. 2025.

HORTON, Donald; WOHL, R. Richard. Mass communication and para-social interaction: observations on intimacy at a distance. **Psychiatry**, v. 19, n. 3, p. 215-229, 1953.

JI-WON, Yoo. NewJeans to release a pre-release single on december 19. **SBS News**, Austrália, 10 nov. 2022. Disponível em:

https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1006965722&plink=TOTAL&cooper=SBSNEWSSEARCH. Acesso em: 15 jun. 2025.

NEWJEANS. ‘Ditto’ Official MV (side A). **Youtube**. 19 dez. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pSUydWEqKwE>. Acesso em: 22 jun. 2025.

NEWJEANS. ‘Ditto’ Official MV (side B). **Youtube**. 19 dez. 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=V37TaRdVUQY&list=RDV37TaRdVUQY&start_radio=1. Acesso em: 22 jun. 2025.

NEWJEANS. ‘OMG’ Official MV. **Youtube**. 2 jan. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_ZAgIHmHLdc. Acesso em: 22 jun. 2025.

YOO, Hong. NewJeans debut álbum “NewJeans” sells 1M copies. **The Korea Herald**, Seul, Coreia do Sul, 20 fev. 2023. Disponível em: <https://www.koreaherald.com/article/3064502>. Acesso em: 15 jun. 2025.