

O K-POP, AS ARTES DIGITAIS E A MULTIPLICAÇÃO DE REALIDADES: A VIRTUALIDADE DE AESPA

[K-POP, DIGITAL ARTS AND THE MULTIPLICATION OF REALITIES: THE VIRTUALITY OF AESPA]

PABLO GOBIRAⁱ

<https://orcid.org/0000-0002-3054-2383>

Universidade do Estado de Minas Gerais – Belo Horizonte, MG, Brasil

EMANUELLE DE OLIVEIRA SILVAⁱⁱ

<https://orcid.org/0000-0003-3052-887X>

Universidade do Estado de Minas Gerais – Belo Horizonte, MG, Brasil

Resumo: O artigo apresentado surge a partir das discussões realizadas no grupo de pesquisa, desenvolvimento e inovação Laboratório de Poéticas Fronteiriças (UEMG/CNPq). Apresentamos uma análise da relação entre arte e indústria, através da música, em específico, o pop sul-coreano: k-pop. Para atingir o objetivo deste artigo enfocamos um dos grupos atuais de k-pop que potencializa essa aproximação diante do pós-digital: o grupo feminino Aespa, da companhia SM Entertainment. Isso é feito através de uma contextualização histórica do cenário musical, do campo artístico amplo e da cultura pop asiática. O artigo apresenta como Aespa, no campo extra-acadêmico, permite a discussão sobre a confluência entre a produção das artes digitais e da indústria do pop asiático, salientando a reconfiguração da realidade humana face à tecnologia digital.

Palavras-chave: Artes digitais; K-pop; Arte e indústria; Vanguardas; Realidade

Abstract: This paper arises from the discussions held in the research, development, and innovation group Laboratory of Front Poetics (UEMG/CNPq). We analyze the relationship between art and industry through music, specifically, South Korean pop: k-pop. To achieve the objective of this writing, we focus on one of the current K-pop groups that enhances this approach to the post-digital: the female group Aespa, from the company SM Entertainment. We do a historical contextualization of the music scene, the broad artistic field, and Asian pop culture. Finally, the article presents how Aespa, in the extra-academic area, allows the discussion about the confluence between the production of digital arts and the Asian pop industry, highlighting the reconfiguration of human reality in the face of digital technology.

Keywords: Digital arts; K-pop; Art and industry; Avant-garde; Reality

Introdução

Este artigo surge como reverberação das ações realizadas pelo Laboratório de Poéticas Fronteiriças, o Lab|Front (<http://labfront.tk>), um grupo de pesquisa, desenvolvimento e inovação cadastrado no diretório da CNPq, com base na Escola Guignard/UEMG.¹ Neste artigo, abordamos o movimento conhecido como “k-pop”, analisando a sua constituição e o seu modo de produção e circulação. A nossa análise parte do reconhecimento das relações possíveis entre o pop sul-coreano e a história da indústria fonográfica. Nós estudamos como as configurações materiais dos processos de criação de realidades assistidas por ferramentas tecnológicas no k-pop aproximam esse movimento do que mais a frente chamamos de “artes digitais”.

Conhecido popularmente como “k-pop” (acrônimo para *korean pop*), esta expressão artística e musical organizada como indústria e que engloba diversos gêneros vem crescendo em popularidade em uma escala global, atravessando, em consequência do advento das tecnologias digitais, barreiras geográficas, culturais e linguísticas. Essa existência em que se diminui as fronteiras de produção e consumo é possível devido ao contexto pós-digital no qual vivemos (GOBIRA, 2018, p. 89; CRAMER, 2015) cercados das tecnologias (digitais e não digitais) já tão cotidianas e enraizadas em nossa sociedade que sua presença se dá de forma ubíqua em todas as áreas do fazer humano. A presença do digital é identificada nas artes, permitindo-nos experienciar o campo de artes digitais, nome guarda-chuva dado a uma especificidade da produção artística ampla. Entendemos aqui artes digitais como:

[...] uma área na qual a obra de arte é criada a partir da sua relação com a ciência e tecnologia após o surgimento do computador no século XX. No entanto, a literatura que busca delimitar as artes digitais não é consensual. *Convém, por isso, tratar as artes digitais como um campo que compreende várias expressões.* (GOBIRA, 2022, p. 47, grifo nosso)

A partir dos acontecimentos da arte produzida em relação com a ciência e tecnologia desde a segunda metade do século XX até os dias de hoje, podemos considerar

¹ Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e à PROPPG/UEMG pelo apoio ao projeto do qual este artigo é resultado.

as artes digitais um campo consolidado com muita produção e recepção. Mas a principal marca das produções desse campo é reconhecida na presença da tecnologia digital ou do desenvolvimento científico impactado pela computação no século XX em suas obras.

Enquanto movimento de base musical, mas não apenas restrito a ele, o k-pop vem fortalecendo-se e enraizando-se socialmente. Isso se deve, entre outros aspectos discutidos mais a frente, às produções e debates que os atores desse movimento promovem no cenário cultural. Acreditamos que essa potência do k-pop se deve justamente aos acontecimentos citados acima que são reconhecidos no desenvolvimento tecnológico digital atual assimilado em nosso cotidiano. De maneira a atingir o objetivo deste artigo, apresentamos um dos grupos atuais de k-pop que potencializa essa aproximação diante do pós-digital: o grupo feminino Aespa, da companhia SM Entertainment.

Assim, este artigo está dividido em 3 seções, além desta introdução e das considerações finais. Na primeira seção faremos uma contextualização histórica do cenário musical e do campo artístico amplo. Enfocaremos os movimentos musicais no século XX, de maneira a poder preparar uma localização do k-pop nessa história. Na segunda seção focaremos os elementos do k-pop que têm o potencial de aproximá-lo do campo das artes digitais abordando como as produções do cenário pop sul-coreano vêm sendo construídas. Na terceira e última seção, apresentaremos o grupo Aespa, discutindo como ele surge e as suas produções, revelando um pouco mais sobre o *modus operandi* do k-pop.

1. As vanguardas, o pop ocidental e o pop asiático

Neste artigo, estamos tratando de dois campos que costumam ser, muitas vezes, vistos em separado. O campo das artes, relacionada a produções de autores que é, muitas vezes, atravessado pelos produtos da indústria (não apenas a “indústria cultural”). A multiplicidade do campo das artes digitais acabou por trazer em si essas duas vertentes expressivas integradas: a produção sujeita a processos de distribuição e acesso massificados e a produção do autor não inserido em um *mainstream* produtivo são, no final, produção.

A ideia do autor ser considerado produtor, no campo cultural, é uma leitura quase centenária realizada por autor alemão Walter Benjamin. Em “O autor como produtor” (1994) Benjamin nos mostra o quanto a convergência entre os atores da recepção e os da produção fabrica a necessidade de entender o autor como produtor. O autor, como figura idolatrada e/ou separada do restante das pessoas, detentor dos direitos sobre o seu produto, como ser iluminado autorizado a produzir o bem cultural, passa a se aproximar daqueles que recebem essa produção.

Essa discussão está longe de ser superada e, naturalmente, não terá muito espaço dedicado neste artigo por termos um outro objetivo. A introduzimos para reafirmar o quanto a sociedade se transformou desde quando Benjamin pensou sobre a necessidade do autor se entender como produtor. A sociedade se transformou, mas essa realidade não foi superada. O que temos são campos que unificam o que é produzido como parte direta de uma indústria e o que não é produzido industrialmente (ao menos não diretamente). Um dos campos integradores é o das artes digitais. Nele convivem produções como os jogos da indústria e as obras de *game art*, as produções de *concept art* convivendo com instalações interativas, a bioarte e a literatura digital, dentre inúmeras outras categorias e expressões mais próximas ou distantes destas.

Essa caracterização das artes digitais e conseqüente convivência no mesmo campo de produção permite-nos exercitar a proposta de aproximação neste artigo com o movimento k-pop. Um movimento inteiramente composto em uma lógica industrial, se valendo de expressões estéticas diversas em suas produções.

Analisando como se deu, na história, o desenvolvimento e construção de gêneros musicais diversos, podemos ensaiar uma relação entre eles e o contexto social de sua época. Um exemplo é o surgimento do punk na década de 1970, com seus participantes tendo uma influência indireta dos movimentos vanguardistas (HOME, 1999, p. 125). A construção estética dos álbuns, posters, fanzines e até mesmo as letras das músicas desse movimento derivam das produções e discussões de vanguardas como o futurismo, dadá, Fluxus, Up Against the Wall Motherfucker, Mail Art (HOME, 1999, p. 126) dentre outras. Ao nos aprofundarmos na história dos movimentos musicais, e no desenvolvimento das bandas, testemunhamos a ampliação do interesse pela música em aderência a outros campos da vida (inclusive os acontecimentos sociais), tal como ocorre no movimento punk. Porém, salientamos que isso não ocorre apenas em gêneros como o punk.

A produção musical de um grupo se dá a partir da realidade social. Assim, vemos que a música:

[...] pode também ter uma qualidade insurrecional, desafiando aqueles em lugar de poder. Esse desafio pode ser visto através do conteúdo das letras que são cantadas, mas, corriqueiramente, a música desafia, através do contraste, a música daqueles que dominam. (KENT, 2007, p. 114, tradução nossa)

George Kent, autor do texto onde se encontra o trecho acima, apresenta a qualidade belicosa das músicas. Em seu texto, o autor apresenta a impossibilidade de separação entre música e contexto, pois se o fizer corre-se o risco de não compreendê-la em sua totalidade. Outros pesquisadores do campo também entendem a música enquanto arma em um conflito, impulsionando um movimento transformador por parte de seus criadores (BERGH; SLOBODA, 2012).

Dessa maneira, podemos considerar que as bandas, através de suas músicas, constroem uma narrativa desafiadora a seu contexto. Como vemos em Kent, não é necessário um enfrentamento direto através de suas letras. A música tem potência desafiadora através de sua produção contracorrente. Conseguimos reconhecer na história a construção de sua existência enquanto agente combativo contínuo através do diálogo ou do tensionamento de certos grupos musicais com seu contexto social e histórico. Em todos os casos, os grupos, bandas e solistas acabam constituindo uma ou mais realidades particulares, compostas por elementos escolhidos que compõem as suas produções.

Nós podemos citar como outro exemplo as bandas, os grupos e os solistas durante o período da ditadura militar no Brasil que apresentavam discurso anti-hegemônico, ainda que não diretamente explícito através de suas letras, uma vez que a censura presente na época impedia o lançamento e divulgação do que consideravam propaganda antigoverno.

Ao tensionar o seu entorno, esses grupos musicais acabavam por reordenar e construir suas próprias narrativas, desvincilhando-se da necessidade de apresentar-se enquanto parte do seu contexto. Ao mostrarem-se como desafiantes ao *status quo* contrastando a sua existência com aquela dos que se encontram em lugar de poder, os grupos musicais, as bandas, os solistas desenvolvem a narrativa de sua própria vida em sua existência estética.

1.1 Da vanguarda ao pop ocidental

Podemos nos aprofundar ainda mais em como, no século XX, as relações entre arte e sociedade influenciaram as produções musicais dessa época. Temos acesso hoje, de maneira mais direta e difundida, à forma como os grupos musicais durante a década de 1960 utilizavam-se de elementos estéticos em sua produção de modo semelhante ao que víamos nos movimentos e grupos vanguardistas. Isso foi consolidado na história principalmente no que ficou conhecido como a “Segunda Invasão Britânica” nos Estados Unidos, com numerosas bandas inglesas vendo seu sucesso crescer vertiginosamente em terras norte-americanas na segunda metade do século XX. Entre esses usos estéticos por parte de grupos, bandas e solistas, podemos citar os Beatles

[...] se utilizando de aparatos vanguardistas, como a colagem, *musique concrète* e ironia. Acompanhando-os estava Frank Zappa com seus desvios em paródias, os Beach Boys com seus vertiginosos sons eletrônicos, Eric Clapton e suas indulgências improvisadas, e Jim Morrison, completamente apaixonado por Baudelaire e Rimbaud. (GENDRON, 2002, p. 1, tradução nossa)

Vemos a influência (seja direta ou indireta) das operações vanguardistas na música europeia da época devido a seu contato direto com as produções de diversas vanguardas no continente. Membros de grupos e bandas (especialmente os/as punks) tinham contato, em seus círculos sociais, com os vanguardistas. Ao observarmos com distanciamento essa realidade, percebemos que essas relações pessoais e culturais afetaram a produção das bandas, grupos e solistas. Apesar desta afirmação, não cabe a nós entrarmos nos pormenores de como essas trocas culturais ocorreram por não ser o objetivo deste artigo. Porém, sem dúvidas, a reorganização da percepção operada pelo desenvolvimento tecnológico e o contexto social afetou a produção estética em elementos como a construção rítmica, o uso de batidas e a inserção de instrumentos como baterias ou baixos elétricos nas faixas dos álbuns que eram lançados (MARTIN, 2002).

Um dos exemplos clássicos e marcados na memória coletiva que trazemos foi o anúncio do rompimento entre os membros do Beatles, em 1970, criando o mito, em parte vivo até os dias atuais, onde a culpa pela separação recaía sobre Yoko Ono, esposa de John Lennon e membra do Fluxus. Independente da veracidade ou não desse fato, a influência das discussões propostas pelo Fluxus podia ser vista mais a frente na produção de Lennon em sua carreira solo, e como o mesmo se comportava em relação a seu contexto social, político e histórico (MARTIN, 2002, p. 15), alterando a sua vida através

de elementos diferentes daqueles coletivos nos Beatles. Foi o álbum de Lennon com Ono, no projeto *Plastic Ono Band* (desde 1968, mas com primeiro álbum de estúdio em 1970) que, “trinta anos depois, críticos argumentam que [...] colocou ‘a base para a revolução Punk de 1976’” (MARTIN, 2002, p. 16, tradução nossa).

A impossibilidade de separação das produções desses grupos musicais de seu contexto social é vista em suas reverberações ao longo dos anos. Dessa forma, podemos entender que essa característica da construção musical ultrapassa o momento em que são produzidos, não deixando de existir com o final do século XX. Além dos problemas socioeconômicos, que não foram resolvidos nas últimas décadas, foi possível perceber uma mudança drástica nessa sociedade: o desenvolvimento tecnológico digital, e aumento do acesso a ele, através de políticas de inserção social. Dessa forma, era de se esperar que, em algum momento, o foco de impasse abordasse essa nova configuração social que passa pelo tecnológico.

Esse foco veio, talvez de forma mais perceptível, com o surgimento do Gorillaz. Gorillaz é uma “banda virtual” inglesa, surgida em 1998 (com primeiro álbum de estúdio em 2001), concebida pelo músico Damon Albarn e pelo ilustrador Jamie Hewlett (WEHNER, 2017). A banda conta com 4 integrantes fixos, apresentados enquanto avatares, sendo eles: 2D, Noodle, Murdoc Niccals e Russel Hobbs. Até 2022, a banda conta com 7 álbuns de estúdio, com participações especiais de outros artistas em algumas de suas faixas musicais. Gorillaz pode ser classificada como “rock alternativo, hip-hop, eletrônica, indie e mais” (BROWN, 2018, p. 4, tradução nossa). Ela é um bom exemplo para visualizarmos como bandas, grupos, solistas etc. realizam uma produção narrativa de suas existências através da dimensão estética. O Gorillaz utiliza-se da tecnologia digital para criticá-la indiretamente (e às vezes diretamente), ao mesmo tempo que a utiliza para potencializar o seu discurso.

Em alguns momentos, a banda abraça a característica belicosa vista em muitos de seus precursores ao ir contra a realidade (“Quando as mentiras se tornam realidade/você se entorpece com drogas e TV”, da música “Demon days”). Gorillaz utiliza a especificidade digital da existência de seus membros – avatares digitais – para construir a própria realidade onde eles habitam e na qual suas criações afetam diretamente o ambiente ao seu redor. Além disso, é importante notarmos que as produções do Gorillaz reverberam em nossa realidade social.

Em 2002, com seu recém lançado álbum, intitulado *Gorillaz*, os integrantes da banda apresentaram-se na abertura do Brit Awards (uma das maiores premiações musicais do Reino Unido), com seu *single* Clint Eastwood.² É importante ressaltar (devido a discussões a serem feitas mais adiante neste artigo) que houve, de fato, 2 apresentações da banda: a transmitida e editada para TV; e aquela que os espectadores dentro da arena presenciaram. Traduziremos a seguir um relato de um desses espectadores que se encontrava presente no dia:

Eu tive a sorte de estar presente neste evento. Eu menciono isso não para incluir minha narração com a autoridade empírica do trabalho etnográfico. Isso foi, acima de tudo, um evento gigantesco, visto por milhões de pessoas na TV aberta, todas que podem ter acesso ao material original que eu estou utilizando nesta discussão. [...] Afinal de contas, a própria banda estava fisicamente ausente (diferente de Kylie, Dido, Sting e outros), substituídos por caricaturas animadas dos “músicos de verdade”. De fato, a baixa qualidade de um som “ao vivo” no local, disjunções frequentes no fluxo narrativo (removidos na edição da cobertura televisiva), e as evidentes articulações da hierarquia social, todos serviram para acentuar a natureza sociocultural construída do evento e enfraquecer qualquer senso de autenticidade ou comunicação não mediada entre artistas e audiência. (RICHARDSON, 2005, p. 1-2, tradução nossa)

Enquanto uma das primeiras (senão, de fato, a primeira) experiência de apresentação de uma banda com membros digitais, era de se esperar que, apesar das £170.000,00 gastas para a sua realização, alguns problemas técnicos ocorressem. Mas até os reparos técnicos mostram que Gorillaz esteve na vanguarda da produção técnica e construção narrativa de um grupo a partir das possibilidades tecnológicas digitais, sendo difícil ignorar a sua atuação desde a virada do século XX no contexto da indústria fonográfica. Tendo isso em mente e tendo colocado as bases para a discussão que norteia este artigo, é necessário agora atravessarmos o globo e irmos em direção ao leste, passando a tratar da cultura pop asiática.

1.2 Cultura pop asiática

Apesar do foco dado especificamente ao k-pop, é necessário discutirmos o desenvolvimento da cultura pop do nordeste asiático como um todo, muito conhecido através de seus acrônimos (incluindo aqui o c-pop, ou *chinese pop*, e o j-pop, ou *japanese*

² A apresentação pode ser vista através dos links: <https://www.youtube.com/watch?v=xxLWuM_SHcI> e <https://www.youtube.com/watch?v=L_Xk6yTxNEE>

pop). Podemos considerar que a China, o Japão e a Coreia do Sul se retro-alimentam na produção da cultura pop asiática. É importante ressaltar que ao versar sobre k-pop, c-pop e j-pop, não estamos abordando somente as produções musicais, mas uma existência cultural completa, enraizada amplamente nesses locais e, nas últimas décadas, se expandindo globalmente.

O acrônimo “k-pop” apresenta-se como um termo guarda-chuva, abrigando gêneros musicais como pop, rock, eletrônico, hip-hop, R&B, entre outros, e começou a ser utilizado a partir de 1992, quando grupos infantis começaram a lançar músicas e performá-las enquanto faziam rap e dançavam (SEO, 2012, p. 239). Em 1997 foi criado o termo *Hallyu* para se referir a propagação e divulgação das produções coreanas no ocidente (HUAT; IWABUCHI, 2008, p. 2).

A *Hallyu* veio para tomar o lugar anteriormente ocupado pelas séries de TV japonesas. Estas precisavam disputar lugar, já no início do século XXI (HUAT, 2012), com as produções midiáticas coreanas, não só na China (seu maior importador na Ásia, onde, inclusive, eram até então dubladas em mandarim), mas também nos Estados Unidos (HUAT, 2012). O período inicial do século XXI tomaria mais páginas neste artigo se o nosso objetivo não fosse, mais a frente, focar um grupo que passou a ser conhecido em 2020. Desse modo, a partir de agora vamos focar nos últimos anos da década de 2010 e adiantamos a história até o início da década de 2020.

Podemos apontar 2011 como o ano da mudança, onde o pop norte-americano – com artistas como Britney Spears, Justin Bieber, Lady Gaga, entre tantos outros – passa a dividir o cenário mundial com grupos que já eram consolidados na cena asiática. Não coincidentemente, vimos *girl-groups* (grupos musicais formados por meninas), como 4Minute, 2NE1 e SNSD (소녀시대, ou *Girls' Generation*), apresentando-se em programas de entretenimento e lotando casas de show (DESIDERI, 2013, p. 43). Essa alteração aconteceu gradualmente com a popularização, principalmente *online*, de grupos como SHINee, Super Junior e TVXQ (pertencentes a empresa SM Entertainment)³, Big

³ É importante apresentarmos como acontece a preparação, criação e lançamento dos grupos nas empresas de mídia que mencionamos aqui. Por padrão, essas empresas sul-coreanas realizam o que chamam de audições, onde recrutam interessados em se tornarem *idols*, atores ou modelos. Chamados de *trainees*, eles passam por uma seleção e, caso aceitos, passam a viver em dormitórios acompanhado de outros *trainees*, realizando diariamente treinamentos específicos para a área em que desejam atuar, ou na qual a empresa visualiza uma melhor atuação. Os *trainees* que têm a intenção de se tornarem *idols* são eventualmente agrupados e, uma vez que a empresa percebe que atingiram um certo nível de excelência nas áreas de canto, dança e/ou rap, eles são “debutados” (*debuted*) como um grupo musical.

Bang (pertencente à empresa YG Entertainment), entre alguns outros. Estes são considerados a segunda geração do k-pop, e tiveram números de visualizações em seus vídeos no YouTube quebrando recordes atrás de recordes, sendo, aos poucos, incorporados às *playlists* norte-americanas. Foi dessa forma que, em 15 de julho de 2012, Park Jaesang, conhecido pelo seu nome artístico PSY, mudou permanentemente o cenário musical (e cultural) com o single “Gangnam Style” quebrando o recorde de vídeo mais visto no planeta (sendo o primeiro a atingir a marca de um bilhão de visualizações), e permanecendo com esse título por 5 anos (JUNG; LI, 2014; BROWNE, 2017).

Junto com o apoio e a divulgação em alta, desde a terceira geração do k-pop, considerada de 2012 até meados de 2017, um número cada vez maior de grupos e solistas vêm debutando, atraindo a atenção de milhares de fãs ao redor do globo. Entre os maiores podemos citar aqui o grupo EXO (SM Entertainment) com quase 10 milhões de seguidores em seu perfil oficial no Instagram – e com seus membros trazendo ainda mais tração social em seus perfis individuais –, BlackPink (YG Entertainment) com 47,4 milhões, e BTS (HYBE Labels) com 65,5 Milhões. Esses números não consideram o forte engajamento que possuem em outras redes sociais, como Twitter, Bubble e Weibo, por exemplo, mas servem a nossa proposta pois explicitam a influência desses artistas, suas músicas, sua produção em geral.

Esse crescimento, que até o momento não apresenta sinais de esgotamento quantitativo, demonstra o que pode ser entendido como um caso de sucesso da prática do *soft power*.⁴ Ou seja, de maneira não-coercitiva, em decorrência da *Hallyu*, a República da Coreia vem, aos poucos, ao longo das décadas, instaurando e difundindo sua cultura, desenvolvendo sua economia e influenciando, indiretamente, certas políticas internacionais em relação a importação e exportação, imigração, legislações, entre outros.

Ainda em 2011, em decorrência da influência do k-pop, mais de 10 milhões de pessoas foram visitar a República da Coreia, enquanto, ainda em 2013, o desenvolvimento econômico da indústria de k-pop foi estimado em aproximadamente 300 bilhões de dólares (DESIDERI, 2013, p. 51). Essa escalada e sua influência é diretamente dependente do desenvolvimento tecnológico digital. Este que não só permite um contato direto com as produções sul-coreanas, superando facilmente barreiras geográficas e

⁴ *Soft power* diz respeito a um conceito de poder político internacional, onde nações se utilizam de bens materiais atrativos enquanto estratégias “militares” para exercer sua influência e conquistar poder em outras nações, sem a necessidade de um embate físico/militar direto (GALLAROTTI, 2011, p. 27).

culturais, como influencia a forma como esses grupos lidam com (e produzem o) seu ambiente.

2. A Convergência Material da Produção

Essa realidade de convergência tecnológica faz com que as produções e narrativas construídas dentro do k-pop apresentem uma característica própria no contexto cultural. O grande apoio recebido, do governo nacional e até de outros países, e o interesse de investidores permite aos produtores explorar e tensionar as fronteiras do gênero, utilizando-se de sons, instrumentos, batidas, ritmos e tempos que extrapolam o que é comumente encontrado dentro das produções pop, hip-hop, R&B, entre outras. Os seus videoclipes se apresentam, muitas vezes, enquanto produções além do que já se conhece no ocidente, não se sentindo obrigados a seguir as letras das músicas ou apresentar elementos específicos, podendo se utilizar ou não de movimentos performáticos corporais.

O desenvolvimento tecnológico que possibilita essa diferenciação permitiu maior acesso a equipamentos de produção e difusão, criando uma multiplicidade produtiva que corresponde às demandas de um público igualmente múltiplo. Ao que parece, temos a cultura pop asiática participando ativamente da cena produtiva estética no ocidente a partir de alguns elementos facilmente reconhecíveis: a produção de *singles* que tendem a ser acompanhados por videoclipes; a maioria, senão a totalidade, das canções lançadas também vem acompanhadas de alguns movimentos de dança; e podemos perceber, inclusive, como os videoclipes musicais lançados por artistas ocidentais passam a incorporar até mesmo paletas de cores que estão sendo utilizadas de maneira generalizada nos videoclipes de k-pop.

Indo além dos aspectos industriais, o k-pop vem mostrando um impacto cultural direto, transformando e reimaginando relacionamentos sociais: uma produção que foi disseminada e enraizada online acaba por impactar a percepção e modos de convivência em sociedade. Esta é uma das bases da construção da *Hallyu*, um movimento sem fronteiras que transforma o imaginário social⁵, preparando-o para a profusão de novas

⁵ Para se tornarem *idols*, é necessário que eles passem por alguns anos de treinamento, sendo que, no cenário pop sul-coreano, é exigido que não somente cantem, mas também dançam e atuem. Para possibilitar uma melhor absorção desses aprendizados, os *idols* iniciam seu período de treinamento e debutam ainda menores

tecnologias através da maneira como os produtores atuam na cultura de fã; altera a forma como os artistas, conhecidos popularmente como *idols*, interagem uns com os outros e com seus fãs; constrói “universos paralelos” online através de aplicativos próprios como o Bubble;⁶ proliferam novas maneiras de realizar shows – algo que ganhou mais força com a pandemia da Covid-19, onde os grupos performaram em um ambiente físico-virtual e seus fãs acompanhavam-nos dentro desses aplicativos/ambientes, de maneira remota –, entre diversas outras provocações culturais e sociais.

A maior parte dos grupos, bandas e solistas do k-pop são vinculados a empresas de mídia que atuam na produção nesse campo. Para se ter uma ideia ainda melhor dos múltiplos produtos dessa indústria, bem como do uso das tecnologias digitais nesse processo de criação, desde 2017 essas companhias responsáveis pela produção e divulgação de k-pop criaram os álbuns “Kihno” (ABAD, 2021). Eles são dispositivos semelhantes a pen-drives (USB *flash drives*) que servem como uma extensão dos álbuns físicos (CDs) quando acionados através de sua inserção em um celular ou tablet, os Kihnos se utilizam de um aplicativo para acessar o conteúdo extra do álbum em questão. Esses são conteúdos audiovisuais, onde os fãs podem escutar as faixas do álbum enquanto interagem com imagens e vídeos exclusivamente preparados para esse tipo de mídia. Este atravessamento entre os objetos físicos e os digitais têm uma relação com as possibilidades do pós-digital em que elementos do analógico e do físico interagem (e convivem). De certo modo, constatamos aí o acionamento da ideia de produto “figital” (MEIRA, 2021; DUHAN; SINGH, 2019) nessas ações de produção dessas empresas do k-pop.

Assim, podemos traçar aqui um paralelo entre a produção do universo pop (e das realidades particulares de cada grupo/banda/solista) com as produções do campo das artes

de idades, atraindo fãs de sua mesma faixa etária que, com o passar dos anos, têm mais facilidade de assimilar mudanças de estilo que os grupos possam vir a ter.

⁶ Bubble é o nome dado a um tipo aplicativo de contato entre fãs e *idols*, sendo desenvolvido por empresas de mídia para seus respectivos *idols*, tendo, dentro deles, funções gratuitas e funções pagas que permitem uma interação mais direta, como mensagens privadas e acesso a fotos exclusivas dos membros do grupo. Cada empresa desenvolve um aplicativo específico para cada grupo que agencia. Alguns deles podem ser baixados através dos *links*: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dearu.bubble.jyp>>; <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dearu.bubble.rbw>>; <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dearu.bubble.fnc>>; <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dearu.bubble.playm>> e <<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dearu.bubble.wm>>

digitais quando observamos haver a convergência material das produções físicas e não físicas tal como ocorre neste campo das artes.

Nós conseguimos enxergar, em ambos os campos, a relação direta entre arte e indústria, promovida pela realidade tecnológica de um mundo hiperconectado no qual vivemos. De maneira prática, a produção industrial e a produção artística/musical são realizadas utilizando as mesmas ferramentas, os mesmos aparatos e as mesmas técnicas. Vemos isso, sobretudo, sob a luz das discussões vanguardistas abordadas no início deste artigo.

O universo pop sul-coreano tem outro fator de rápida absorção das tecnologias. A sua localização geográfica e o desenvolvimento industrial de sua região, focado especificamente na produção de tecnologia de ponta (assim como seus vizinhos do nordeste asiático: China e Japão) facilita o acesso aos novos dispositivos e tendências. No campo artístico e musical há consciência dessas condições materiais e isso gera um consequente tensionamento provocador de multiplicidade de discursos veiculados nos produtos dessas áreas. Algo que é constantemente salientado, de modo pioneiro, em textos como os de Lucia Santaella, quando afirma que “os artistas exercem o papel fundamental de pôr em evidência as mudanças profundas que se anunciam nas mídias incrementadas dia a dia” (SANTAELLA, 2016, p. 238).

Tudo isso demonstra a característica mobilizadora da produção de realidades que os grupos musicais, as bandas e os solistas constroem para si e seu público. Esses artistas (e suas companhias) produzem culturalmente compreendendo o contexto pós-digital, cientes de como a existência digital é um aspecto de nossa realidade social. Ao apresentar os seus *idols* (e suas realidades próprias), os atores do k-pop tensionam as relações sociais colocando os grupos/bandas/solistas sob escrutínio diário por parte dos fãs, criando uma presença *online*. Uma presença que constitui uma alegoria da vida que vamos construindo *online* desde os anos 1990. Uma autobiografia curada não somente por nós, mas também pelas máquinas (GOBIRA; SILVA, 2022). É neste cenário e dentro dessas provocações que a empresa SM Entertainment tem entre as suas bandas e artistas um grupo feminino pioneiro nesse contexto: a Aespa.

3. Aespa (SM Entertainment)

Durante os primeiros dias de novembro de 2020, após 8 meses de quarentena global realizada como tentativa de conter a disseminação do vírus Sars-CoV-2, a empresa SM Entertainment anunciou o lançamento de seu novo grupo musical feminino. Entendido na indústria fonográfica coreana como *debut*, o grupo, de nome Aespa, iria lançar sua primeira música (e videoclipe) no dia 17 do mesmo mês.⁷

A maioria dos novos grupos de k-pop lançados no cenário musical não conquistam público o suficiente a ponto de se tornarem famosos. Como vimos, em decorrência da tração produzida pela *Hallyu*, um número significativo de pessoas tentam sua sorte todos os anos em diversas empresas de entretenimento sul-coreano. Devido a falta de apoio, verba e visualização *online* por parte do público, apenas uma pequena porcentagem chega a reconhecimento nacional, com uma porcentagem ainda menor deles chegando a um nível de fama internacional. Desta forma, não seria uma surpresa se o *debut* do grupo acontecesse sem muito conhecimento e, rapidamente, fosse levado ao ostracismo na indústria.

Essa, porém, não é a história da Aespa. Ainda antes do lançamento de sua música e videoclipe, o grupo já recebia atenção considerável nas redes sociais. Podemos atribuir essa fama instantânea, em sua maioria, ao conceito adotado pelos produtores do grupo. Com a ideia de “conhecer uma nova versão sua, um avatar, e explorar um novo mundo” (HONG, 2020, n. p., tradução nossa), o grupo apresentou enquanto conceito não somente as suas integrantes, mas avatares respectivos a cada uma em um mundo paralelo em realidade virtual (RV).

É curioso como, ao entendermos a Aespa como produto, é possível evocar um conceito que vem sendo muito utilizado e discutido na academia e na indústria: a ideia de *digital twin* (gêmeo digital). Não há uma definição consensual sobre o “gêmeo digital”, mas é possível começarmos a entender o *digital twin*:

⁷ Podemos perceber uma transição entre a produção da banda Gorillaz e a ideia por trás de Aespa através de Hatsune Miku. Hatsune Miku é um *software* representado por um avatar feminino que atua, desde 2007, como uma espécie de *idol* virtual no Japão (LAM, 2016). Hatsune faz parte de um projeto chamado Vocaloids, onde existem outros *softwares*, apresentados enquanto avatares femininos. Hatsune Miku e as outras Vocaloids apresentam sua virtualidade, assim como Gorillaz, entretanto abrindo as portas desse desenvolvimento musical virtual para o cenário pop e o cenário dos *girl groups*.

[...] como uma representação virtual de um produto físico contendo informações sobre o referido produto, com suas origens no campo da gestão do ciclo de vida do produto. Em um artigo anterior, Grieves expande essa definição descrevendo o *Digital Twin* como formado por três componentes, um produto físico, uma representação virtual desse produto e as conexões de dados bidirecionais que alimentam os dados do físico para a representação virtual, e das informações e processos desde a representação virtual até o físico. (JONES et al., 2020, p. 36, tradução nossa)

De certa forma, esse processo de convergência entre o físico e o não físico dialoga com as discussões em torno do contínuo de realidade-virtualidade de Milgram et al. (1995), realizando de fato uma extrapolação desse contínuo, tal como já apresentado pelos autores deste artigo em outra ocasião quando mostramos a necessidade de rever a validade das ideias de Milgram et al. que separam “real” e “virtual” (GOBIRA; SILVA, 2019, p. 65-67).

O interesse pelo tema de “realidades tecnologicamente assistidas” aumentou de maneira significativa durante a pandemia. A impossibilidade de algumas vivências presenciais levou a um aumento da iniciativa, principalmente das indústrias criativas, de produção de/em realidades alternativas à nossa realidade social. Do desenvolvimento de jogos a plataformas digitais, de aulas a consultas online, incluindo “férias” através de visita virtual a cidades e museus, em 2020 e 2021, passamos por um *hype*⁸ de produção e desenvolvimento de ferramentas e plataformas digitais que atuaram no lugar de ações tradicionalmente realizadas presencialmente.

Apesar desse tipo de tecnologia não ser uma novidade,⁹ a surpresa e o interesse no conceito criado pelo Aespa pode ser atribuído ao assentamento da discussão em relação a transformação das realidades tecnologicamente assistidas em *mainstream*. Antes, devido à dificuldade de acesso à tecnologia e, conseqüentemente, a falta de informação por parte do público geral, as discussões realizadas sobre as possibilidades poéticas das realidades tecnologicamente assistidas eram segregadas a nichos acadêmicos, industriais e artísticos. Agora vemos a transformação em *blockbuster* dessa e de outras tecnologias através de produções diversas.

⁸ Entendido aqui como a instância onde, “quando um novo potencial tecnológico é criado, cria-se também um interesse midiático e publicitário em cima desse novo potencial, assim como o desenvolvimento de conceitos muito novos a respeito do potencial” (GOBIRA; MOZELLI, 2016, p. 4).

⁹ Os primeiros passos no desenvolvimento de realidades tecnologicamente assistidas foi dado ainda na década de 1950, com iniciativas como o desenvolvimento de um simulador de voos para pilotos da força aérea dos Estados Unidos (NETTO; MACHADO; OLIVEIRA, 2002, p. 4).

Há algumas décadas já é possível vermos, principalmente em filmes e séries de ação, personagens utilizando tecnologias avançadas que expandem o universo criado dentro das histórias. Isso se tornava possível, em alguns casos, em consequência da interação entre “organismos” digitais e os personagens das narrativas. Com o aprimoramento e maior acesso a essas técnicas do audiovisual, elas se expandem para as produções da indústria fonográfica.

Aespa é um exemplo, dentro do mundo musical, de artistas que utilizam-se de seu contexto social, da sua posição cultural e da especificidade de tratamento que vemos dada aos *idols*, para tensionar e impulsionar a discussão não somente sobre o seu universo específico (de mundos em realidade virtual, histórias em quadrinhos e jogos digitais), mas apresentando as suas extensões digitais enquanto parte ativa e atuante da construção de suas narrativas próprias. Os seus avatares não são entendidos enquanto “assistentes virtuais”, enquanto as versões digitais das integrantes. Eles são apresentados com existências singulares, com características próprias e cujos pensamentos/vontades/ações podem impactar diretamente nas integrantes orgânicas do grupo. Aespa é um reflexo da existência no pós-digital: uma hibridação da especificidade de suas integrantes, podendo ser inteiramente biológicas ou inteiramente digitais.

A importância dos avatares não é subjugada, tal como vemos acontecer, principalmente, em campanhas publicitárias, onde artistas, juntamente com alguma companhia específica, banalizam a existência de seus avatares enquanto ferramenta. Vemos em Aespa, dentro de sua narrativa, a compreensão dos seus avatares em toda sua potencialidade. Elas têm suas próprias casas, seus próprios gostos, posam e tiram fotos, atuam em seu mundo ao qual as integrantes biológicas têm acesso, e também têm acesso ao nosso quando usufruem da ubiquidade da tecnologia em nossa sociedade. Os seus avatares não são usados enquanto ferramentas para as integrantes biológicas na realidade criada. Elas são, muitas vezes, as responsáveis por trás das ações que levam a continuação de sua história. É por isso que a ideia de *digital twin* cabe bem na realidade criada por Aespa, uma vez que é possível entender os avatares digitais como parte das duas realidades: a realidade das integrantes biológicas do Aespa e a realidade criada pelo Aespa.

Aespa realiza o aproveitamento dos vários elementos tecnológicos e da indústria criativa já incorporados no cotidiano. A partir deles avançam constituindo uma expressão

cultural da convergência entre físico e não-físico, entre atual e virtual, cada vez mais comum na vida das pessoas. Tanto a SM Entertainment quanto a Aespa entendem e incorporam em sua produção (inclusive em ato de consumo) a nossa transformação constante em dados a serem coletados por diversos atores (governos, agências, indústrias e empresas diversas) com o intuito de analisar quem somos e como vivemos, projetando nossos futuros e novas realidades.

Essa exposição da discussão em relação a transformação social pela qual passamos marcou permanentemente a trajetória, não só do grupo Aespa, mas alterou a forma como, a partir de então, essas especificidades produtivas do k-pop são vistas com relevância em nossa realidade.

Considerações finais

O grupo Aespa foi pioneiro, mas há outros grupos abrindo outros caminhos no mesmo sentido que apontamos aqui. Podemos citar como exemplo o grupo SUPERKIND (Deep Studio Entertainment), que teve seu *debut* realizado no dia 20 de junho de 2022 com uma característica própria: um de seus 5 integrantes é um avatar de Inteligência Artificial (AI), que ocupa um papel considerado principal nos grupos de k-pop: o de centro.

SUPERKIND debuta trazendo não somente uma ideia de grupo musical. Ao debutar apresentam, de acordo com sua empresa, um projeto no qual planejam uma

[...] criação de mundo em comunidade, com o objetivo de se tornar a primeira empresa de entretenimento descentralizada. Não somos um fã-clube ou uma corporação de gestão, mas uma espécie de jogo! Nós queremos encontrar maneiras completamente novas de desfrutar do k-pop. (DEEP STUDIO ENTERTAINMENT, 2022, tradução nossa)¹⁰

Neste trecho conseguimos ver que a empresa que criou o grupo procura se relacionar aos assuntos mais discutidos no momento, como as *Distributed Ledger Technologies* (DLTs). As potencialidades são realmente enormes e Deep Studio Entertainment se mostra aderente às características das DLTs muito reconhecidas nas redes *blockchains*, mas já compreendendo a necessidade de integração dessa discussão com a ideia de metaverso, de *Non-Fungible Token* (NFT), de descentralização. Ainda

¹⁰ Relato encontrado no site do grupo, disponível através do link: <<https://superkind.xyz/>>

assim, essa empresa não demonstra seguir todos os princípios e estruturas de gestão comuns e possíveis no contexto das DLTs, pois não se constitui como uma *Decentralized Autonomous Organization* (DAO). Ao que parece, ela tem uma estrutura tradicional de comando da empresa centralizado na sua presidência ou CEO (*Chief Executive Officer*).

SUPERKIND apresenta seu próprio mundo em realidade virtual: um ambiente *online* aberto onde o público pode jogar em sua versão beta e, de acordo com as realizações dos fãs dentro do ambiente virtual, a própria história do SUPERKIND vai se constituindo.

Diante de tudo isso, as reverberações que apresentamos no cenário pop são uma continuação do que vimos ao longo da história humana. No século XX, os discursos dos grupos, bandas e solistas tinham uma concentração geográfica no ocidente. Isso está sendo superado em razão da extrapolação dos limites geográficos pelas produções culturais do oriente, algo que, neste artigo, pôde ser visto atrelado com o desenvolvimento tecnológico digital.

A nossa hipótese ao começar este artigo era que os meios de produção no k-pop coincidem com aqueles das artes digitais no uso de *softwares* e *hardwares* frutos do desenvolvimento tecnológico (implementados na indústria e popularizados por ela). Os produtos do k-pop dialogam esteticamente com esse campo das artes digitais, uma vez que estão sujeitos aos mesmos processos de agenciamento que as obras produzidas nele. De fato, vimos que há similitudes entre o k-pop e as artes digitais em suas materialidades. Essas similaridades se amparam no desenvolvimento histórico do campo da arte no século XX, a partir das vanguardas, e com a consequente assimilação de alguns dos elementos vanguardistas na criação da indústria do pop no mercado fonográfico ocidental nesse mesmo século. O k-pop, como indústria pop da Coreia do Sul, apropriou-se desses vários elementos construindo várias realidades em suas empresas e produtos.

Conseguimos ver que as produções dos artistas/produtores do k-pop agenciam categorias e expressões já muito incorporadas ou originadas das artes digitais (como jogos digitais, a realidade virtual, a interação, a imersão, dentre inúmeras outras) para levar o resultado do seu trabalho a um público que se sente familiarizado com essas produções. As especificidades técnicas e discursivas dessas produções permitem o seu rápido reconhecimento por parte do público que é ativo nas possibilidades de interação não

apenas com ídolos, mas com outros atores que fazem parte de um meio no qual todos parecem mais próximos.

Frente as mudanças apresentadas em nossa realidade social em decorrência do desenvolvimento tecnológico na segunda metade do século XX, era de se esperar que os campos confluíssem. Testemunhamos no cenário pop sul-coreano a organização e potencialização do fazer cultural em uma indústria ao mostrarem-se criteriosos na utilização da tecnologia digital em seus diferentes aspectos para tensionar ou convergir enquanto criam novos produtos.

Vivemos um momento em que não é mais possível um retorno à forma de vida de antes da difusão/popularização das tecnologias digitais. A transformação tecnológica digital da sociedade não somente se apresenta como facilitador de tarefas diversas, mas em muitos casos é a única forma de realização de tarefas. Nós não existimos apenas fisicamente. A extensão do nosso corpo em rede (GOBIRA; SILVA; PORTUGAL, 2021) interfere de maneira tão clara em nossas vidas que agora uma conscientização geral dessa realidade é indispensável.

Aespa mostra, fora do mundo acadêmico e para um público infantil e adulto, a importância da discussão sobre a confluência entre a produção nas artes digitais e nas indústrias, salientando a reconfiguração da realidade humana face à tecnologia digital. As suas 8 membras realizam uma produção que instiga reflexões como estas que trouxemos aqui. Reflexões que partem da compreensão da possibilidade de relação das produções do campo das artes digitais com o k-pop, com este mostrando a seus fãs, e a todos de sua indústria, uma percepção mais direta e prática do impacto da tecnologia digital em nossas vidas.

Aespa trouxe à luz desdobramentos tridimensionais da nossa forma de vida. Uma vida que tem se expressado em uma realidade pós-virtual na qual essa existência é registrada e se torna onipresente sob demanda (nossa ou de terceiros), sustentada na proliferação dos ambientes constituídos através de assistência tecnológica. Aespa é um produto desse processo vivido.

Referências bibliográficas

- ABAD, Ysa. K-pop 101: What are Kihno albums? *RAPPLER*, 2021. Disponível em: <<https://www.rappler.com/entertainment/music/things-to-know-kpop-kihno-kits-albums/>>. Acesso em: 24/06/2022.
- BERGH, Arild; SLOBODA, John. Music and art in conflict transformation: a review. *Music and Arts in Action*, v. 2, n. 2, p. 1-17, 2012.
- BENJAMIN, Walter. O autor como produtor. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras Escolhidas I).
- BROWN, Isabelle. *Virtual band, actual reality: the actualization of the virtual by the Gorillaz*. Ohio: The Ohio State University, 2018.
- BROWNE, Ryan. “Gangnam Style” no longer YouTube’s most played video, five years on from its release. *CNBC*, 2017. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2017/07/11/gangnam-style-no-longer-youtubes-most-played-video-five-years-on-from-its-release.html>>. Acesso em: 24 jun. 2022.
- CRAMER, Florian. What is “Post-digital”? In: BERRY, David M.; DIETER, Micheal. *Post-digital aesthetics: art, computation and design*. Houndmills: Palgrave MacMillan, 2015. p. 12-26.
- DESIDERI, Nick. Bubble Pop: an analysis of asian pop culture and soft power potential. *RES PUBLICA*, v. 13, p. 43-61, 2013.
- DUHAN, Punita; SINGH, Anurag. *M-Commerce: experiencing the phygital retail*. Toronto; New Jersey: Apple Academic Press, 2019.
- GALLAROTTI, Giulio M. Soft power: what it is, why it’s important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, v. 4, n. 1, p.25-47, 2011.
- GENDRON, Bernard. *Between Montmartre and the Mudd Club: popular music and the avant-garde*. Chicago: University of Chicago Press , 2002.
- GOBIRA, Pablo. Artes digitais. In: ARAÚJO, Mônica Daisy Vieira; FRADE, Isabel Cristina Alves da Silva; MORAIS, Ludymilla Moreira. *Termos e ações didáticas sobre cultura escrita digital: NEPCED na escola*. Belo Horizonte: UFMG;FaE;Ceale;NEPCED, 2022. p. 47-49.
- GOBIRA, Pablo. Museus e paisagens culturais pós-digitais. In: GOBIRA, Pablo. (Org.). *Percursos contemporâneos: realidades da arte, ciência e tecnologia*. Belo Horizonte: EdUEMG, 2018, v. 1, p. 83-98. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/19bjqMqO5fEQsTD4nkP7TTIzf8stk6ud4/view?usp=sharing>>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- GOBIRA, Pablo; MOZELLI, Antônio. As interfaces de realidade virtual no século XXI. *Revista Z Cultural*, v. 2, p. 1-15, 2016. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1cL8MB6Dhh-y_GN0KVQaADW-6TXoZXeT-/view?usp=sharing>. Acesso em: 10 fev. 2022.

- GOBIRA, Pablo; SILVA, Emanuelle de Oliveira. About reality: relations between museums and virtual reality. *Virtual Creativity*, v. 9, n. 1-2, p. 63-72, 2019. Disponível em: <<https://www.ingentaconnect.com/content/intellect/vc/2019/00000009/f0020001/art00005>>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- GOBIRA, Pablo; SILVA, Emanuelle de Oliveira. Sobre o uso dos Biometric Identification Systems (BISs) e a Inteligência Artificial (IA): das biometrias autobiográficas às biografias biométricas. *DATJournal*, São Paulo, v. 7 n. 2, p. 147-162, 2022. Disponível em: <<https://datjournal.anhembibr.com/dat/article/view/591>>. Acesso em: 30 jun 2022.
- GOBIRA, Pablo; SILVA, Emanuelle de Oliveira; PORTUGAL, Priscila Rezende. O hipercórtex e as condições atuais da formação e preservação digital da memória. In: CERVERÓ, Aurora Cuervas; SIMEÃO, Elmira; PALETTA, Francisco Carlos. (Orgs.). *Informação, ciência e sociedade em tempos pós-verdade*. São Paulo: ECA-USP, 2021. p.195-220. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1Od0u-F4TcRhVHwXrvfoA-z6rCE0UtgSo/view>>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- HONG, Dam-young. S.M.'s virtual hybrid girl group aespa makes grand debut. *The Korea Herald*, 2020. Disponível em: <<https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20201118000771>>. Acesso em: 24 jun. 2022.
- HUAT, Chua Beng. *Structure, audience and soft power in East Asian pop culture*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2012.
- HUAT, Chua Beng; IWABUCHI, Koichi (Ed.). *East Asian Pop Culture: analysing the korean wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008.
- JONES, David; SNIDER, Chris; NASSEHI, Aydin; YON, Jason; HICKS, Ben. Characterising the digital twin: a systematic literature review. *CIRP Journal of manufacturing science and technology*, v. 29, part A, p. 36-52, maio 2020. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1755581720300110>>. Acesso em: 15 jan. 2022.
- JUNG, Sookeung; LI, Hongmei. Global production, circulation, and consumption of Gangnam Style. *International Journal of Communication*, v. 8, p. 2790-2810, 2014. Disponível em: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2966>>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- KENT, George. Unpeaceful Music. In: URBAIN, Olivier (Ed.). *Music and conflict transformation: harmonies and dissonances in geopolitics*. Londres: I. B. TAURIS, 2007. p. 112-121.
- LAM, Ka Yan. The Hatsune Miku phenomenon: more than a virtual J-Pop diva. *The Journal of Popular Culture*, v. 49, n. 5, p. 1107-1124, out. 2016. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jpcu.12455>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

- MARTIN, Bill. *Avant Rock: experimental music from the Beatles to Bjork*. Chicago: Open Court, 2002.
- MEIRA, Sílvio. Nem real, nem virtual: o mundo é figital. *TDS Company*, 17 jun. 2021. Disponível em: <<https://tds.company/nem-real-nem-virtual-o-mundo-e-figital/>> Acesso em: 16 jun. 2022
- MILGRAM, Paul; TAKEMURA, Haruo; UTSUMI, Akira; KISHINO, Fumio. Augmented reality: a class of displays on the reality-virtuality continuum. *SPIE*, v. 2351, p. 282-292, 1995. Disponível em: <<https://spie.org/Publications/Proceedings/Paper/10.1117/12.197321>>. Acesso em: 10 jan. 2022.
- NETTO, A. V.; MACHADO, L. S.; OLIVEIRA, M. C. *Realidade Virtual: definições, dispositivos e aplicações*. São Paulo: EdUSP, 2002.
- RICHARDSON, John. “The Digital Wont Let Me Go”: constructions of the virtual and the real in Gorillaz’ “Clint Eastwood”. *Journal of Popular Music Studies*, n. 17.1, 2005, p. 1-29. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1524-2226.2005.00031.x>>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- SANTAELLA, Lucia. *Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política*. São Paulo: Paulus, 2016.
- SEO, Sangran. K-POP 가수를 차용한 TV 광고 문화적 유형과 가치 연구. *한국디자인트랜드학회논문지*, v. 35, p. 237-246, 2012. Disponível em: <https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART001662329>. Acesso em: 10 fev. 2022.
- WEHNER, Cyclone. *Humanz*. *musicfeeds*, 2017. Disponível em: <<https://musicfeeds.com.au/album/gorillaz-human/>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

Recebido em 08/07/2022

Aceito em 29/11/2022

ⁱ **Pablo Gobira** é Professor da Escola Guignard (UEMG), do PPGArtes (UEMG), do PPGACPS (UFMG) e do PPGGOC (UFMG). Coordenador do grupo de pesquisa, desenvolvimento e inovação Laboratório de Poéticas Fronteiriças [CNPq - <http://labfront.weebly.com>]. Preside a comissão organizadora do Congresso Internacional de Arte, Ciência e Tecnologia e Seminário de Artes Digitais (CIACT-SAD - <https://seminarioartesdigitais.weebly.com/>). **E-mail:** pablo.gobira@uemg.br

ⁱⁱ **Emanuelle de Oliveira Silva** é Mestre em Artes pelo Programa de Pós-Graduação em Artes da UEMG (PPGArtes/UEMG) e graduada no curso de bacharelado em Artes Plásticas pela Escola Guignard da UEMG. É membro do grupo de pesquisa, desenvolvimento e inovação Laboratório de Poéticas Fronteiriças (UEMG/CNPq). **E-mail:** mrsmaahlem@gmail.com