

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ADRIELLY LIMA GUTERRES

**Entre a Pressão Estética e a Busca por Autenticidade: O Caso de Hwasa na
Indústria do K-pop**

Curitiba

2024

ADRIELLY LIMA GUTERRES

**Entre a Pressão Estética e a Busca por Autenticidade: O Caso de Hwasa na
Indústria do K-pop**

Trabalho de Conclusão de Curso, na
modalidade monografia, apresentado
como requisito parcial para obtenção de
título de bacharel em Jornalismo pela
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Marcelo Garson Braule Pinto

Curitiba
2024

	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO
---	---

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM JORNALISMO II**

ALUNA:

ADRIELLY LIMA GUTERRES - GRR 20204279

**TÍTULO DO TRABALHO: "ENTRE A PRESSÃO ESTÉTICA E
A BUSCA POR AUTENTICIDADE: O CASO DE HWASA NA
INDÚSTRIA DO K-POP"**

DATA E HORÁRIO DA DEFESA: 16/08/2024, às 10:00 horas

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA	NOTA
Ana Caroline de Bassi Padilha	 Documento assinado digitalmente ANA CAROLINE DE BASSI PADILHA Data: 16/08/2024 13:37:20-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br	8,5
Daniel Magalhães de Andrade Lima		8,5
Marcelo Garson Braule Pinto	 Documento assinado digitalmente MARCELO GARSON BRAULE PINTO Data: 16/08/2024 11:49:17-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br	8,5
MÉDIA FINAL:		8,5

Curitiba, 16 de agosto de 2024.

Assinatura: _____



Documento assinado digitalmente
MARCELO GARSON BRAULE PINTO
Data: 16/08/2024 11:49:17-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Marcelo Garson Braule Pinto
Orientador

Agradecimentos

Agradeço a Deus pela força e sabedoria que me sustentaram durante esta jornada na universidade, guiando meus passos mesmo nos momentos mais desafiadores. Dedico este trabalho com profunda gratidão à minha mãe, Valdirene, e ao meu pai, Antonio, cujo apoio incondicional me deram a coragem e a determinação para seguir em frente. Eles não só me proporcionaram a oportunidade de concluir a graduação, mas também foram a base sobre a qual construí cada conquista. Sem o incentivo, os sacrifícios e o exemplo de ambos, este sonho não teria se tornado realidade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Grupo Mamamoo em seu debut

Figura 2: Antes e depois da cirurgia plástica com base no considerado belo coreano

Figura 3: Capa do reality Keeping Up with the Kardashians

Figura 4: Cantora IU

Figura 5: Cantora Wendy do grupo Red Velvet

Figura 6: Cantora Park Bom antes e depois de sua dieta

Figura 7: Cena do Videoclipe de “I Love My Body” de Hwasa

Figura 8: Cena do Videoclipe de “All About That Bass” de Meghan Trainor

Figura 9: Hwasa fala sobre padrão de beleza em "*4Season F/W Concert*"

Figura 10: Hwasa se apresenta em trajes curtos em evento de música asiática

Figura 11: Em videoclipe *Maria* Hwasa usa uma coroa de pregos

Figura 12: Performance de Hwasa fazendo gesto considerado impróprio

Figura 13: Integrante do grupo “Refund Sisters” e Yoo Jae-suk

Figura 14: Hwasa e Kai em campanha para Olive Young

Figura 15: Campanha de Hwasa para Tommy Jeans

Figura 16: Hwasa em ensaio fotográfico para marcas de luxo

Figura 17: Ensaio fotográfico para Bvlgari

Figura 18: Campanha para Adidas

Figura 19: Campanha para Adidas 2

Figura 20: Ensaio fotográfico para a revista Cosmopolitan

Figura 21: Hwasa aparece em público sem usar maquiagem e sutiã

SUMÁRIO

Capítulo 1: A onda Hallyu	8
1.1 - Os padrões de beleza coreanos	15
1.2 - Os padrões de beleza ocidentais	25
1.3 - Os padrões de beleza orientais	27
1.4 - Carreira solo	33
Capítulo 2: Mídia e publicidade	42
Conclusão	53

Introdução

A indústria do K-pop, um fenômeno cultural global, é conhecida não apenas por seu impacto musical, mas também pelos rígidos padrões de beleza que impõe aos seus artistas. Esses padrões, muitas vezes inatingíveis, moldam a forma como os ídolos do K-pop são apresentados ao público, promovendo uma estética que privilegia corpos magros, rostos impecáveis e uma imagem frequentemente padronizada. Nesse contexto, a pressão estética torna-se uma força opressora, influenciando desde a alimentação até procedimentos estéticos invasivos, tudo em nome de uma aparência supostamente perfeita. No entanto, em meio a esse cenário, emergem figuras que confrontam essas expectativas. Hwasa, integrante do grupo feminino Mamamoo, destaca-se como uma dessas vozes dissidentes.

Com sua pele bronzeada, corpo curvilíneo e uma atitude tida como destemida, Hwasa representa uma ruptura com os padrões tradicionais de beleza na indústria do K-pop. Sua autenticidade e resistência à pressão estética têm atraído tanto elogios quanto críticas, mas, acima de tudo, posicionam-na como um símbolo de empoderamento. Este trabalho busca explorar o impacto de Hwasa como uma figura inspiradora que confronta os ideais de beleza impostos pela indústria e pela sociedade, oferecendo uma nova perspectiva sobre o que significa ser belo e autêntico. O objetivo é mostrar como ela, ao confrontar um padrão dominante, acabou por fabricar um novo padrão.

Capítulo 1 - Os padrões de beleza sul coreanos

Inicialmente, a música pop sul coreana (K-pop) surge como algo que não se refere apenas a sonoridade, incorporando uma ampla gama de estilos, do rock ao R&B. Originado na Coreia do Sul na década de 1990, especificamente no final do século XIX, quando surgiram as músicas populares conhecidas como *chanchada*, essas canções adaptaram melodias de hinos e músicas da América do Norte e da Grã-Bretanha e buscavam restaurar o sentimento de soberania coreana durante a colonização japonesa entre 1910 e 1948 (DEWET; IMENES; PAK, 2017). Durante a Guerra da Coreia (1945-1959) o país sofreu influências americanas, como consequência a música coreana absorveu elementos do blues, swing, rock e jazz, o que possibilitou no ano seguinte o surgimento de bandas de rock influenciadas pelos Beatles. Já nos anos 1970 a identidade musical que prevaleceu entre os jovens coreanos foi o folk, com influências do ocidente, enquanto os anos 1980 foram dominados por baladas românticas.

A década de 1990 trouxe o hip-hop e a primeira geração de *idols*, liderada pelo trio *Seo Taiji & Boys*. Nomes como *1TYM*, *Jinusean* e *Drunken Tiger* emergiram nesse período. A indústria coreana, focada nos jovens, lançou grupos como *H.O.T*, *Sechs Kies*, *S.E.S*, *Fin.K.L.*, *Shinhwa* e *G.O.D* a partir de 1995, como forma de identificação entre os jovens coreanos e sua nação (DEWET; IMENES; PAK, 2017). A virada do milênio marcou a globalização do K-pop, impulsionada por BoA e Rain, que se tornaram embaixadores do gênero dentro e fora da Coreia do Sul. Nesse período, a indústria precisou se adaptar devido à crise econômica, resultando em estratégias ousadas em seu modo de produção para consolidar a presença da música coreana nos charts internacionais.

A recente onda Hallyu, termo que explicaremos mais à frente, trouxe à cena grupos reconhecidos fora do K-pop como *BTS*, *BlackPink*, *NCT*, *Ateez*, *Twice*, *GFriend*, *Astro*, *TXT*, *LOONA*, *MonstaX*, *K.A.R.D*, *IVE*, *New Jeans*, *Dreamcatcher* e *Seventeen*. O universo do K-pop, mesmo diante da saturação, surpreende constantemente com dezenas de grupos debutando anualmente. Embora cada agência tenha sua estratégia de marketing e conceito para seus grupos, existe uma fórmula de sucesso com passos similares aplicados por grandes empresas como as

chamadas *big three*, formada pela SM Entertainment, YG Entertainment e JYP Entertainment.

Essas organizações não apenas moldam o cenário musical, mas também implementam estratégias inovadoras de marketing e desenvolvimento de *idols*, consolidando sua influência no cenário global. No entanto, por trás dessa indústria visionária e multifacetada, uma realidade dolorosa se revela. Em 2009, veio à tona a problemática dos contratos abusivos no K-pop, destacando muitas excessivas, renovação de contratos forçados, cancelamentos sem aviso prévio, controle da sua vida pessoal, comentários normativos sobre a aparência, contratos restritivos e até mesmo situações de exploração e esgotamento para os jovens artistas (DEWET; IMENES; PAK, 2017). Críticas sociais, ligadas aos padrões de beleza impostos pela sociedade sul-coreana, são frequentemente abordadas nas letras e clipes de diversos artistas, expressando um questionamento desses ideais, com ênfase no padrão de beleza esperado dos *idols*.

A cantora Hwasa, também conhecida como Ahn Hye-jin, uma das figuras mais proeminentes e influentes no cenário atual do K-pop tem consolidado uma carreira bem-sucedida, conquistando o público com singles marcantes como *Twit*, *Maria*, *I'm a B* e o mais recente *I Love My Body*. Sua abordagem singular, aliada a mensagens diretas, enfrenta as críticas que tem recebido desde o início de sua trajetória em relação a sua aparência. Sua notoriedade não se limita apenas à sua longa e bem sucedida carreira como integrante do grupo Mamamoo e artista solo, mas também se destaca pela relevância que sua imagem exibe em relação aos padrões de beleza na indústria musical sul-coreana. A carreira de Hwasa teve início em 2014, com o girl group Mamamoo, um dos principais grupos femininos da chamada terceira geração do K-pop, logo nos primeiros lançamentos o grupo se destacou devido à sua harmonia e ao potencial vocal, mas o talento não era o suficiente para conquistar o público coreano por completo, ainda faltava algo: o visual de algumas integrantes.

A seguir uma imagem das integrantes do grupo Mamamoo em sua estreia, na seguinte ordem: Moonbyul, Solar, Wheein e Hwasa. Desde essa época, Hwasa já era comparada com suas colegas de grupo por não ter uma aparência facial diferente além de destoar esteticamente por ter o cabelo curto. A seguir, uma imagem das integrantes do grupo Mamamoo em sua estreia, na ordem Moonbyul, Solar, Wheein e Hwasa. Desde o início da carreira do grupo, Hwasa se destacou

não apenas por seu talento, mas também por uma série de características que a diferenciavam de suas colegas. Entre essas diferenças, sua aparência facial e estilo de cabelo eram notáveis. Enquanto Moonbyul, Solar e Wheein tinham visuais que seguiam mais de perto os padrões convencionais de beleza da indústria, Hwasa se destacava por seu cabelo curto e estilo diferente. Essas diferenças não passaram despercebidas e rapidamente começaram a ser foco de comparações e debates entre fãs e críticos.

Figura 1: Grupo Mamamoo em seu debut



Fonte (<https://br.pinterest.com/pin/749919775432463585/>)

O padrão de beleza na indústria do entretenimento coreano, é complexo e desafiador, sendo um tema recorrente nas experiências de artistas. O grupo 2NE1, composto por Park Bom, Dara, Minzy e CL, foi alvo de críticas intensas, chegando a ser chamadas de "as feias do K-pop". Essa pressão é manifestada na música *Ugly*, na qual expressam as dificuldades de se encaixar nos padrões convencionais. Outros artistas, como *Lee Hyori*, *KittiB* e o grupo *SixBomb*, utilizam suas músicas para abordar as pressões e críticas em relação à aparência. *Brown Eyed Girls* e Amber, integrante do F(X), também contribuem para essa discussão, satirizando a hipocrisia em torno das cirurgias plásticas e compartilhando suas jornadas de aceitação e resistência às expectativas de feminilidade.

A música emerge como uma poderosa ferramenta para desafiar esses padrões e promover a aceitação pessoal. As narrativas singulares desses artistas

oferecem uma variedade de perspectivas sobre as lutas enfrentadas na busca pela autenticidade, em uma indústria que frequentemente coloca a aparência em primeiro plano. Amber Josephine Liu, também conhecida como Amber, é uma cantora, rapper e compositora norte-americana de ascendência taiwanesa. Sua entrada na SM Entertainment ocorreu em 2007, culminando com sua participação no grupo f(x) em 2009, ao lado de Luna, Krystal Jung, Sulli e Victoria Song.

O anúncio de sua carreira solo, feito oficialmente por sua empresa em novembro de 2014, marcou um novo capítulo em sua jornada musical, destacando-se com o lançamento do álbum *Beautiful* em fevereiro de 2015. Nos primeiros anos de sua carreira, Amber enfrentou questionamentos sobre sua aparência e feminilidade, respondendo com firmeza aos internautas que questionaram quando ela não correspondia às vestimentas e ações de uma “garota dentro dos padrões convencionais”, como cabelos longos, roupas curtas e uso de salto alto. A pressão relacionada aos padrões de beleza também foi abordada em sua música *Beautiful*, na qual expressa contentamento por ser ela mesma, independentemente das críticas externas. Em entrevista à revista *People*, destacou as intensas pressões presentes na indústria do entretenimento, e o quanto ela se sustenta pela aparência física dos artistas, ao considerar intervenções estéticas, Amber pontuou: “Achei que realmente precisava. Felizmente Krystal me convenceu do contrário. Ela ficou tipo: ‘Amber, você não precisa. Você não precisa.’ Dizem-nos que precisamos dessas coisas quando na verdade não precisamos. Nosso corpo ainda está se desenvolvendo.” (OLIVEIRA, 2020).

1.1 - A onda Hallyu

A história da Coreia é permeada por uma incessante busca por soberania, democracia e independência, que remonta ao século IV d.C. Nessa época, as tribos na península coreana almejavam libertar-se do domínio do imperador chinês, iniciando uma narrativa de resistência e luta. Durante a dinastia Li (1392-1910), as instituições coreanas refletiam fortemente o modelo chinês, adotando o confucionismo como religião oficial. Isolada do restante do mundo, a Coreia estabeleceu relações apenas com China e Japão nos séculos XVII e XIX (DEWET; IMENES; PAK, 2017). Em 1910, a Coreia foi obrigada a assinar o Tratado de

Anexação Japão-Coreia, sob o qual todo aspecto relacionado ao país tornou-se propriedade japonesa até 1945 (ALTMAN, 2021). Durante a Segunda Guerra Mundial, a Coreia transformou-se em fornecedora de matérias-primas para o Japão. Após a derrota japonesa, o país foi dividido em Coreia do Sul (capitalista) e Coreia do Norte (comunista), inaugurando uma era de tensões exacerbadas durante a Guerra da Coreia (1950-1953). Este conflito, o primeiro armado da Guerra Fria, envolveu os EUA e a URSS e resultou em um tratado de paz assinado em 1953, apesar das persistentes tensões entre as duas Coreias.

A política *Hallyu* (onda coreana), iniciada em 1995, adiciona uma dimensão política ao K-pop. Nessa época, o continente asiático atravessava uma crise financeira grave e a alternativa encontrada pelo governo sul coreano foi investir em sua cultura para melhorar a imagem do país e atrair turistas (HALLYU: COMO A COREIA (...) 2022). O incentivo do governo resultou em um crescimento econômico significativo, com medidas protecionistas para a indústria cultural e financiamento estatal para atividades culturais e turismo, impulsionando ainda mais a disseminação global do K-pop e da cultura sul-coreana como conhecemos hoje com suas produções audiovisuais românticas, músicas vibrantes e refrões facilmente memorizáveis, e principalmente os clipes com coreografias sincronizadas e bem elaboradas. Mas para isso é necessário um grande planejamento e treinamento dos artistas.

O processo de nascimento de um *idol* passa por diversas etapas. O planejamento é o pontapé inicial, é quando as empresas definem o tipo de grupo, público-alvo e conceito desejado. O *casting*, realizado por meio de audições ou olheiros, busca perfis em diversas áreas, desde dança até idiomas. O treinamento dos selecionados, agora *trainees*, é rigoroso e abrange várias disciplinas, preparados para o mercado de entretenimento. A seleção periódica avalia se os *trainees* estão prontos para se tornarem *idols*. Com o grupo formado, inicia-se a produção de músicas, MVs, vídeos promocionais e *photoshoots*. A fase de promoção envolve participações em programas, eventos especiais e a busca pelo primeiro lugar nas vendas físicas e online. O conceito de *break even point* estabelece que todo investimento inicial, incluindo treinamento, deve ser pago pelos *idols* antes de começarem a receber lucros. Dentro de um grupo de K-pop, cada membro desempenha uma função específica, como face/visual, main dancer, main

vocal e outras. A pressão para adaptar-se a um padrão único tem diminuído com o tempo, permitindo que os *idols* se expressem de modos diversos.

O K-pop é mais do que música e dança, é um fenômeno cultural com seus próprios desafios e regras que mudam ao longo dos anos. À medida que a onda *Hallyu* continua a se espalhar globalmente, os *idols* estão redefinindo o que significa ser uma estrela no cenário do entretenimento e popularizando o termo "asianização" que descreve o aumento do intercâmbio cultural de países da Ásia Oriental (China, Taiwan, Hong Kong, Japão e Coreia do Sul), com foco também em elementos da gastronomia, língua, dramas, filmes, esportes, artes, história, cultura tradicional, cosméticos e a música. No entanto, por trás dessa popularidade e glamour, a indústria do K-pop enfrenta sérios desafios. A pressão para atender a padrões estéticos muitas vezes inatingíveis pode ter consequências devastadoras para a saúde física e mental dos artistas. A Coreia do Sul possui a maior taxa de suicídio entre as trinta e oito nações que formam a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) especialmente entre os jovens. De acordo com estatísticas do governo sul-coreano, em 2021 13.352 pessoas perderam a vida tendo o suicídio como a principal causa de morte entre jovens de dez a trinta e nove anos (HA, 2023).

Cada país geralmente possui seu próprio padrão de beleza, embora haja algumas semelhanças entre diferentes culturas e até mesmo entre países vizinhos. Na Coreia do Sul, essa busca pela beleza ideal atinge níveis extremos, com um padrão que leva parte da sociedade a uma verdadeira obsessão por alcançar o corpo e o rosto "perfeitos": rosto pequeno, corpo magro, pele clara e olhos grandes (SILVEIRA, 2019). A mudança do padrão de beleza na Coreia do Sul, desde suas origens vem se distanciando desses padrões tradicionais, hoje em dia a estética oriental sul-coreana está sendo cada vez mais aceita por um público mais amplo, que aprecia e celebra uma variedade de características físicas. Isso inclui uma maior valorização da diversidade étnica, dos diferentes tipos de corpo e até mesmo da expressão individual através da moda e da maquiagem. Essa mudança não só reflete uma mudança nos padrões de beleza sul-coreanos, mas também uma influência crescente da cultura global na sociedade sul-coreana, promovendo uma abordagem mais inclusiva e progressista em relação à aparência.

Essa mudança da beleza sul-coreana remonta ao século XIX, durante a ocupação japonesa, que resultou em uma influência significativa na cultura e nos

padrões de consumo deste período, impactando diretamente no conceito de beleza, que passou a se basear mais nos padrões orientais. Muito se deve às mudanças sociais e políticas, que também se expressaram refletiram na moda e na estética, tal qual se mostra até hoje.

Os padrões estéticos considerados o arquétipo¹ perfeito pela sociedade coreana exercem uma influência marcante na indústria do entretenimento, sendo adotados por muitos cantores, principalmente após o *debut*.² O surgimento do K-pop nos anos 1990 trouxe esta abordagem para os palcos e apresentações, popularizando também os cosméticos coreanos, com fórmulas inovadoras que prometiam “deixar sua pele como a de um *idol*”. A sociedade e as grandes empresas do entretenimento sul-coreano incentivam tratamentos estéticos desde a adolescência, promovendo uma expectativa de magreza e traços faciais que resultam em críticas frequentes (EVANS, 2014).

Nesse momento crucial para o futuro de um grupo, diversos artistas passam por modificações corporais para atender às expectativas da indústria e também de grande parte de seu público. A pressão para alterar a aparência é uma realidade não oficialmente confirmada, embora as transformações notáveis nos "antes" e "depois" compartilhados online sugiram uma tendência evidente. Um exemplo é a rapper Jessi, na época era agenciada pela *YMC Entertainment*, admitindo ter feito cirurgias nos olhos e no nariz. Ela revelou que a decisão não foi pessoal, mas influenciada por conselhos da agência e com o intuito de parecer mais fotogênica.

Fiz cirurgia nos meus olhos e nariz há três anos. No entanto, não fiz isso porque queria, escolhi fazer a cirurgia plástica por causa de conselhos da minha agência e para parecer mais fotogênica. [...] O médico disse que eu ficaria menos feroz depois de fazer os meus olhos, mas eu parecia mais acirrada depois. As pessoas não podem sequer me olham nos olhos (HO, 2015, p.23).

Apesar de algumas declarações sobre mudanças na imagem dos *idols*, muitas informações permanecem especulativas, sem posicionamentos oficiais das gravadoras responsáveis. A indústria, em sua maioria, mantém-se em silêncio, enquanto alguns *idols* evitam comentários sobre o assunto. Embora debates

¹ Arquétipo: Modelo ou padrão de comportamento ou personalidade que é amplamente reconhecido e repetido em várias narrativas, influenciando a criação de personagens e identidades na cultura popular.

² Debut: Termo utilizado para descrever a primeira aparição oficial de um idol ou grupo no cenário musical, marcando o início de sua carreira na indústria do K-pop.

esporádicos surjam, como evidenciado pelos MVs do grupo *SixBomb*, que banaliza o processo de cirurgia plástica, retratando-o como uma escolha trivial, a falta de discussão séria contribui para a perpetuação de um padrão de beleza irreal e elitista, levando em consideração o preço dos procedimentos. Isso levanta questões cruciais sobre a definição de beleza e os limites impostos aos artistas na busca por essa padronização.

Essa busca incessante pelo ideal reflete a percepção do corpo feminino como um conceito dinâmico e socialmente construído. A globalização, impulsionada pela mudança da mídia e da internet, desempenha um papel amplificador na padronização global do corpo, exemplificada pelo fenômeno do K-pop. Sua influência global não se restringe ao gênero musical, podendo redefinir narrativas e promover a aceitação da diversidade estética.

Artistas como as citadas acima, Amber Liu, CL, Jessie e Hwasa desafiam o padrão, sendo dissidentes das expectativas sobre *idols* femininas, se distanciando das normas de gênero ao adotarem estilos mais andróginos³ que fogem dos estereótipos tradicionais de “delicadeza e pureza” feminina. Além disso, esses artistas também desafiam as normas de comportamento ao expressarem suas opiniões de maneira não convencional sobre temas simples, mas considerados tabus na indústria do K-pop, como o uso de maquiagem ou sutiã. Em termos de imagem corporal, elas também contribuem para a variedade de formas e tamanhos corporais, enquanto o K-pop muitas vezes valoriza a magreza extrema, essas artistas buscam construir um outro tipo de padrão embalado por uma mensagem de aceitação e amor próprio. Em síntese, Amber Liu, CL, Jessie e Hwasa ao contestarem as normas de gênero, comportamento e imagem corporal na indústria do K-pop, inspiram uma nova geração de fãs a se expressarem, promovendo uma maior diversidade no cenário musical feminino na indústria do entretenimento sul-coreano.

Contudo, a pressão por padrões inatingíveis persiste, intensificando assim o estresse, dizimando a saúde mental dos artistas e, por consequência, influenciando a maneira com que o público consumidor do gênero se enxerga. A própria organização interna dos grupos de K-pop reforça esse padrão ao eleger um membro do grupo como “visual”. Este integrante tem a função de representar o grupo

³ Andrógino: Característica de uma pessoa ou estilo que mistura elementos tradicionalmente associados aos gêneros masculino e feminino, desafiando as normas de gênero convencionais.

esteticamente, isso também reflete na “classificação de beleza” dos demais integrantes, adicionando uma camada extra às expectativas e seu desempenho dentro do próprio grupo. No universo do K-pop, a função dos *idols* vai além do talento musical, abrangendo papéis específicos que definem a identidade de cada um. Seja em grupo ou em carreiras solo, os *idols* podem desempenhar várias funções, e algumas posições podem ser ajustadas durante um comeback. Em particular, a figura do “face/visual” destaca-se como a face pública do grupo, capaz de brilhar não apenas nos palcos, mas também em performances e comerciais.

Na Coreia do Sul, espera-se que os *idols* mantenham uma postura impecável, seguindo critérios rigorosos de aparência, juventude e, de forma peculiar, “pureza” - ao qual relacionamentos amorosos são desencorajados, especialmente no início da carreira (DEWET; IMENES; PAK, 2017). Nas primeiras gerações de *idols*, criou-se uma aura de “perfeição” e inocência ao redor dos artistas desse gênero musical, o que originou cláusulas de contrato restritivas. Qualquer insinuação de interesse romântico entre *idols*, por exemplo, resultava em escândalo, levando a abandonos de fãs, cancelamentos de aparições na TV ou até mesmo a expulsão de seus respectivos grupos.

Antigas exigências contratuais de “pureza” e proibições de relacionamentos, conhecidas como “date ban”, estão perdendo força. Artistas atuais estão revelando um novo tipo de beleza, uma postura *body-positive* e até anunciando publicamente relacionamentos, marcando uma mudança significativa no sistema de agenciamento que predominava até pouco tempo. Este cenário reflete uma transformação cultural e uma aceitação crescente da diversidade na cena K-pop (DEWET; IMENES; PAK, 2017).

O ano de 2012 marcou um ponto crucial para a disseminação global da *Hallyu* com a surpreendente viralização do clipe do rapper PSY. Em meio à ascensão do Kpop e dos ídolos, PSY, que destoava do perfil típico, conquistou o mundo com seu icônico “*Oppa Gangnam Style*”. O fenômeno não se limitou a fronteiras, tornando a *Hallyu* dominante nas paradas musicais de todo o mundo. PSY, então com 34 anos, fugia dos estereótipos de *ídolo* do K-pop, conseguindo chamar atenção com uma música animada e uma dança característica (“a dança do cavalinho”), que se tornou um refrão-chiclete em todo o mundo. No entanto, por trás da aparente leveza, *Gangnam Style* trazia uma crítica social ao estilo de vida associado ao distrito de Gangnam, em Seul. A repercussão foi imediata e em

setembro de 2012, apenas um mês após o lançamento, o clipe quebrou recordes, sendo reconhecido pelo Guinness Book como o vídeo com mais curtidas no YouTube. PSY também recebeu o prêmio de Melhor Videoclipe na premiação europeia da MTV (DEWET; IMENES; PAK, 2017).

Até o ex-presidente dos EUA, Barack Obama, reconheceu o impacto da canção, destacando-a como um exemplo da propagação da Onda *Hallyu* pelo mundo (DEWET; IMENES; PAK, 2017). Surpreendentemente, *Gangnam Style* também cruzou fronteiras políticas quando o governo da Coreia do Norte a usou em ativismo político, marcando a primeira vez que um artista do Sul foi divulgado no Norte desde a divisão da Coreia. O governo sul-coreano revelou que a música contribuiu significativamente para a economia, gerando um total de 13,4 milhões de dólares apenas no segundo semestre de 2012. Em 2014, PSY alcançou outro feito notável ao atingir 2.147.483.647 visualizações para o clipe. O próprio YouTube teve que atualizar seu sistema para lidar com o fenômeno. Um marco impressionante para um rapper sul-coreano que, com *Gangnam Style*, não apenas conquistou as paradas musicais, mas também deixou um legado cultural duradouro (DEWET; IMENES; PAK, 2017).

A influência do K-pop vai muito além da esfera musical, estendendo-se para as produções audiovisuais que com o auxílio das plataformas de streaming lançaram os chamados k-dramas ou popularmente conhecidos como dorama (novelas coreanas) aos olhos ocidentais. Os dramas coreanos conquistaram não apenas o público local, mas também uma audiência global. Distintos das séries e telenovelas ocidentais, esses dramas seguem um formato peculiar, com cerca de 12 a 24 episódios, cada um com pouco mais de uma hora de duração. Esse estilo televisivo alcançou sucesso e influenciou as tendências de moda e comportamento na Coreia do Sul. Os mini dramas também ganharam popularidade, impulsionados por *webtoons* — um termo usado para descrever webcomics ou *manhwas* sul-coreanos que são publicados online — e compartilhamentos online. Embora a denominação japonesa para "*drama*" seja "*dorama*", na Coreia do Sul, o termo correto é simplesmente "*drama*" ou "*K-drama*". A popularidade dos k-dramas ultrapassou as fronteiras da Coreia do Sul, impulsionada pela explosão do K-pop, disseminando os costumes e a cultura sul-coreana pelo mundo, sendo o Brasil o 5º país que mais consome K-drama no mundo (BRASIL JÁ É O QUINTO (...) 2022).

O surgimento dos dramas data de 1927, quando eram transmitidos por rádio sob o domínio japonês. A transição para a televisão ocorreu em 1956, com a *Korean Broadcasting System* (KBS). No entanto, até os anos 1970, os dramas tinham alcance limitado: é somente na década de 1980 que sua abrangência se expandiu. Já nos anos 1990, com a ascensão da *Seoul Broadcasting System* (SBS), formava-se as quatro grandes empresas de comunicação: KBS, MBC, SBS e tvN (PARDINI, 2020). A popularidade dos dramas coreanos fora da Coreia do Sul reside na capacidade de conectar-se a audiências globais, explorando temas amorosos e tramas cativantes. Nos últimos anos, essa popularidade dos dramas coreanos foi amplificada pela disseminação de plataformas de streaming como Netflix, Viki e outras, que tornaram esses conteúdos facilmente acessíveis a públicos de todo o mundo. A combinação de enredos emocionantes, personagens bem desenvolvidos e uma produção visualmente atraente tem cativado audiências diversas, transculturais e multigeracionais. Além disso, os *K-dramas* frequentemente incorporam elementos culturais únicos, que, apesar de estarem profundamente enraizados na sociedade coreana, encontram ressonância universal, permitindo que espectadores de diferentes países se identifiquem com as histórias e emoções retratadas. Isso não só promove a cultura coreana globalmente, mas também cria um novo fenômeno cultural em que o entretenimento coreano se torna uma força influente na definição de tendências, tanto na moda quanto no comportamento, expandindo sua influência para além da música, abrangendo também a televisão, cinema e outras formas de arte.

As produções audiovisuais sul-coreanas tendem a ser, assim como em outras culturas, uma expressão da sua própria organização sociocultural, da mesma forma que seu padrão de beleza. O drama *My ID is Gangnam Beauty* faz referência direta ao bairro de *Gangnam*, em *Seul* (capital da Coreia do Sul), que não somente se tornou famoso pelo fenômeno musical *Gangnam Style*, do rapper PSY, mas também pela prevalência de clínicas de cirurgia plástica, tornando a Coreia do Sul um dos líderes globais neste campo. O drama retrata a história de Kang Mi-rae uma adolescente que por não ser “bonita” nem se encaixar na expectativa estética de pessoas ao seu redor cede às tentações da cirurgia plástica ainda no ensino médio, reforçando a naturalidade com que as pessoas falam sobre o assunto e o apresentam a seu jovens.

1.2 - Os padrões de beleza coreanos

A beleza coreana, conhecida como *k-beauty*⁴ tornou-se uma tendência fora da Coreia do Sul, influenciando o consumo de cosméticos e procedimentos estéticos em todo o mundo. Na busca incessante pela “perfeição” estética, tanto em relação ao corpo como à face, pessoas recorrem a uma variedade de métodos, incluindo dietas, medicamentos para emagrecimento e aumento da carga de exercícios físicos (MINAMI, 2022). Em *True Beauty*, outra produção sul-coreana que reflete essa busca, podemos notar uma crítica a esse padrão esperado das mulheres, que as afeta psicologicamente desde a juventude. A protagonista *Lim Joo-kyung* encontra através da maquiagem uma alternativa para mudar a perspectiva das pessoas sobre ela, depois de sofrer *bullying*. Sua estratégia acaba funcionando e finalmente os ataques à sua aparência terminam. Essas representações cinematográficas demonstram o aspecto importante que a aparência representa dentro da cultura. Ao mesmo tempo que, em parte, criticam todo o universo imposto às mulheres, por outro lado, acaba reforçando a ideia de que se você aderir ao que esperam de você seus problemas se erradicam.

A busca incessante pelo corpo “perfeito”, incentivada por padrões veiculados pela mídia, estende-se aos fãs ao redor do mundo expondo os indivíduos a práticas extremas, como dietas restritivas e cirurgias plásticas, colocando em risco sua saúde física e mental. Os ídolos coreanos também desempenham um papel importante nesse processo, sendo modelos de beleza e comportamento principalmente para os jovens (MIDORI, 2023). Padrões, como corpo magro e rosto pequeno, levam admiradores a replicarem irresponsavelmente as dietas das celebridades coreanas, que priorizam a estética em detrimento da saúde. Isto possui um potencial risco para a saúde e impacta não apenas o público que consome a cultura, mas também os ídolos que fazem parte da indústria.

A pressão social pelo padrão de beleza ideal não é amplamente debatida na sociedade sul-coreana. No entanto, algumas vozes buscam conscientizar sobre os paradigmas prejudiciais para a autoimagem feminina. Uma delas é a ativista Minji Kim, uma jovem de 24 anos que já foi vítima de distúrbios alimentares e que se define

“ativista da consciência corporal”. Ela lançou uma campanha na internet (“Operação

⁴ K-beauty: Termo que se refere à indústria de beleza da Coreia do Sul, conhecida por seus produtos inovadores e rotinas de cuidados com a pele que enfatizam uma pele saudável, limpa e brilhante.

Beleza”) para discutir o que considera paradigmas desastrosos para a autoimagem das mulheres, destacando o estigma contra quem não atinge as normas de beleza e os perigos associados à "síndrome da cirurgia plástica" (SARMENTO, 2013). Dentre as cirurgias com maior índice de procura estão a blefaroplastia, popular para criar uma dobra natural na pálpebra superior, tornando os olhos maiores e mais brilhantes; a rinoplastia, com o objetivo de manter a ponta do nariz reta, pequena e arredondada; e a cirurgia na mandíbula para criar uma linha em forma de “V”. A seguir, um comparativo ilustrativo de antes e depois de cirurgias plásticas, destacando como essas intervenções frequentemente seguem o padrão de beleza coreano. As imagens revelam transformações que visam atender aos ideais estéticos amplamente promovidos na Coreia do Sul. A comparação não só evidencia as mudanças físicas, mas também destaca a pressão social e cultural para aderir a esses padrões.

Figura 2: Antes e depois da cirurgia plástica com base no considerado belo coreano



Fonte (<https://www.futilish.com/2013/01/beleza-comprada/>)

Em seu livro *Se Esse Rosto Fosse Meu* (2023), Frances Cha discute a obsessão da Coreia do Sul pela beleza, destacando a popularidade dos cosméticos coreanos, conhecidos como *k-beauty*, e a busca por cirurgias plásticas para atender a um padrão de beleza homogêneo. A autora ressalta os efeitos negativos da "epidemia da beleza", incluindo as consequências culturais e sociais dessas práticas, que levam a decisões de cirurgias plásticas da população em geral,

gerando problemas de autoestima e endividamento. A influência sul coreana na definição de padrões de beleza é evidente em rankings internacionais, como "Os 100 Rostos Mais Bonitos do Mundo", nos quais várias celebridades sul-coreanas são "qualificadas" entre as mais bonitas, reforçando o estereótipo existente de rosto pequeno, olhos grandes e pele clara. Isso destaca o impacto global que o país possui na definição de padrões estéticos.

A busca pelo corpo e rosto "perfeitos" é uma obsessão nacional, refletida nos padrões de beleza difundidos por celebridades do K-pop, como as integrantes do grupo *Girls Generation* e as atrizes *Kim Tae-hee* e *Bae Su-ji*. A cirurgia estética é comum, tanto para apagar sinais de envelhecimento quanto para alterar os traços faciais originais, seguindo o padrão de beleza idealizado. O padrão de beleza coreano é uma narrativa complexa, moldada por tradições culturais e influências históricas, que se entrelaçam com as expectativas estéticas tradicionais e contemporâneas.

Apesar de antigos padrões rígidos, a aceitação de diferentes formas corporais está crescendo na Ásia, impulsionando a indústria a se adaptar. As tendências de beleza evoluíram ao longo do tempo, desde a influência japonesa até a explosão do K-pop nos anos 90, marcando uma era de expressão individual. Nos anos 2000, os cosméticos coreanos ganharam destaque global devido a fórmulas inovadoras e à popularização da rotina de *skincare* de dez passos. A indústria de cirurgia plástica também se destacou, influenciando a cultura e a mídia, e podemos definir superficialmente a estética sul-coreana como uma forte influência aos padrões globais, inspirando marcas ocidentais a seguir sua abordagem inovadora e diversificada (MINAMI, 2022). É crucial compreender que esse padrão de beleza é dinâmico e está em constante evolução, variando de acordo com o contexto em que está inserido.

O diferencial do K-pop não está apenas no visual impecável dos artistas ou em sua música, mas também em seus conceitos, clipes e figurinos. Os grupos frequentemente mudam de conceito a cada "*comeback*" (lançamento), explorando diversas sonoridades, visuais, coreografias e cenários. Alguns artistas optam por manter um conceito constante, como o *girl group Rainbow*, no qual cada uma das sete integrantes representava uma cor do arco-íris, e isso se expressava em suas roupas e acessórios ao longo dos lançamentos. Essa dinâmica de mudança constante ou manutenção de um conceito definido reflete a versatilidade e

criatividade que são marcas registradas da indústria do K-pop. Além disso, permite que os grupos se conectem com diferentes públicos e tendências, ao mesmo tempo em que cultivam uma identidade única que se destaca em um mercado saturado. Essa abordagem estratégica não apenas mantém o interesse dos fãs, mas também fortalece a marca do grupo, garantindo sua relevância e longevidade na indústria. Assim o conceito no K-pop vai além de uma simples escolha estética, ele é uma ferramenta poderosa de *storytelling* e *branding*, que molda a percepção do público e contribui para o sucesso global dos artistas.

Com o passar dos anos este gênero musical se entende como um forte instrumento de ampliação de discurso, ou seja, ao invés de disseminar mensagens de um padrão de beleza restritivo e autodestrutivo agora passa a falar sobre amor próprio, auto aceitação e várias formas de beleza. Apesar da aparentemente uniformização dentro do pop sul-coreano, há uma crescente promoção da individualidade transmitida através da música, através da qual muitos jovens desafiam as normas e abraçam uma visão mais diversa de beleza, desconstruindo o ideal coreano. Embora muitos sul-coreanos busquem esses ideais estéticos, há uma conscientização em ascensão sobre a importância da diversidade.

Com a ascensão do K-pop, notamos uma invasão silenciosa da cultura asiática nos lares ocidentais, especialmente entre a geração Z⁵, cujo vocabulário agora inclui termos como "K-pop", "*BTS*", "*doramas*" e "*otaku*". Esse fenômeno, resultado da globalização e fácil acesso à informação, suscita inquietações entre os pais, que questionam se essa influência é benéfica ou prejudicial para seus filhos. Músicas do *BTS*, não são apenas uma empolgante expressão artística, mas também mensagens que promovem valores como respeito, positividade e auto aceitação em suas letras, como em *HOLO* (Lee Hi), *BEAUTIFUL* (NCT 2021), *DEAR ME* (Taeyeon) e *WANNABE* (ITZY). Contrariando a preocupação dos pais, o K-pop emerge como uma força que resgata e fortalece valores positivos, transmitindo aos adolescentes a importância da autovalorização e o amor pela vida (SANTANA, 2021).

No cenário do K-pop, os contratos restritivos e os rígidos critérios estéticos impõem um fardo significativo sobre os artistas, moldando não apenas suas carreiras, mas também suas identidades físicas. A busca incessante por um ideal de

⁵ Geração Z: Grupo demográfico nascido entre meados dos anos 1990 e início de 2010, conhecido por sua familiaridade com a tecnologia digital, redes sociais e por buscar autenticidade e diversidade nas representações culturais.

perfeição muitas vezes leva alguns ídolos a recorrerem a cirurgias plásticas, em uma tentativa de atender às exigências das empresas e se encaixar nos padrões estabelecidos. Esta incessante pressão, combinada com a exposição constante da mídia, cria um ambiente desafiador para a saúde mental dos ídolos que podem se expressar em seus fãs. A pressão pela perfeição não só afeta os artistas em termos físicos e emocionais, mas também repercute em sua capacidade de manter uma identidade autêntica. Muitas celebridades coreanas se veem forçadas a adotar *personas* que atendem às expectativas das empresas e do público, o que pode criar um distanciamento entre sua verdadeira identidade e a imagem pública que projetam. Essa dissonância pode levar a conflitos internos e a um sentimento de alienação, agravando ainda mais os desafios relacionados à saúde mental. Além disso, a cultura do K-pop promove uma conexão intensa entre ídolos e fãs, o que faz com que esses desafios pessoais dos artistas muitas vezes sejam espelhados em seu público. Fãs que se identificam com seus ídolos podem sentir uma pressão similar para alcançar padrões de beleza e comportamento igualmente inalcançáveis, gerando um ciclo de insatisfação pessoal. Esse fenômeno levanta questões importantes sobre o impacto da indústria do entretenimento nas percepções de valor e identidade, tanto dos ídolos quanto dos fãs, e sobre como esses padrões podem ser reavaliados para promover um ambiente mais saudável e inclusivo.

O K-pop e sua cultura associada, ao contrário do que muitos temem, não apenas diversificam o repertório cultural dos adolescentes, mas também os incentivam a explorar novas formas de expressão e apreciação artística. Assim como para outros gêneros musicais, a importância do acompanhamento dos pais no consumo dessa cultura e informação sobre o assunto se tornam essenciais. Proibir cegamente ou criticar sem compreensão pode resultar em perda de oportunidades de conexão e compreensão entre pais e filhos. Nesse contexto, é essencial reconhecer a riqueza cultural trazida pela influência asiática, contribuindo para a formação de uma geração mais aberta, tolerante e culturalmente diversa (NUNES, 2019).

Os trágicos casos de suicídio de notáveis ídolos, como *Kim Jong-hyun*, *Sulli*, *Goo Ha-ra* e *Moon-Bin*, são lembretes das consequências devastadoras dessa pressão implacável. Diante desse cenário, o impacto da mídia na construção dos padrões de beleza não pode ser subestimado, sendo ela uma força poderosa na promoção de ideais estéticos que moldam não apenas a indústria, mas também

influenciam comportamentos e afetam a percepção das pessoas sobre si mesmas. O impacto global do K-pop trouxe consigo desafios adicionais, como perseguições de fãs em alta velocidade e a ascensão de anti-fãs envolvidos em *cyberbullying* agressivo.

Adicionalmente, a cultura sul-coreana, permeada por valores patriarcais, estigmatização da saúde mental e intensas pressões sobre os jovens, contribui para a crise enfrentada pelas celebridades do ramo musical e revela uma face menos reluzente ao abordar questões delicadas, como a saúde mental de seus artistas. Com a liberdade de produção e composição ídolos passam a falar mais abertamente sobre questões de saúde física e mental. *Agust D*, o alter ego de *Min Yoongi* do *BTS*, utiliza a faixa *The Last* para discutir sua própria batalha contra a depressão. O grupo *Seventeen* mergulha em uma narrativa sombria sobre traumas e depressão na música *Trauma*, enquanto *Jonghyun*, em *Let Me Out*, deixa um apelo verdadeiro de socorro em meio à sua própria luta contra a depressão, a música foi lançada meses antes de seu trágico suicídio em 2017.

No entanto, nos últimos anos a indústria musical sul coreana tem proporcionado maior liberdade de produção a seus artistas, o que constrói seus visuais e composições. Críticas como “Há milhões de padrões, o que está certo? Há apenas uma resposta certa. Eu amo meu corpo” e “Não sou algo para ser manipulada” retiradas da música *I Love My Body*, da artista feminina *Hwasa*, além da já citada *Beautiful* de *Amber Liu* se tornam frequentes. A complexidade do assunto se estende para a vida real, na qual esses artistas usam de seu espaço e influência para debater questões como esta.

Capítulo 2 - Mídia e Beleza

Padrões de beleza são construções sociais e culturais que se alteram ao longo do tempo. A busca feminina por se enquadrar nesses padrões e a influência da mídia na promoção de uma aparência ideal têm causado diversos impactos em nosso cotidiano (AMÉRICO; OLIVEIRA; BAQUIÃO, 2022). A forma como nos conhecemos através da nossa imagem corporal diz muito sobre quem somos e como nos apresentamos diante da sociedade. No mundo atual, a busca pela beleza é impulsionada por mecanismos de comunicação que transformam a beleza em um comércio lucrativo, com o objetivo de movimentar a economia.

Na Grécia Antiga, a imagem de beleza estava associada aos corpos de deuses imortais, jovens e sedutores, seguindo a proporção áurea. As esculturas simbolizavam a perfeição divina e o corpo era glorificado. Durante a Idade Média, poetas romantizavam a beleza das donzelas, sempre delicadas e submissas. No Renascimento, o realismo destacava mulheres com corpos mais largos, barrigas salientes e rostos redondos, especialmente nas pinturas (Hora; Oliveira; Leite, 2023). No século XX, cada década trouxe seus próprios padrões estéticos, que foram reforçados por revistas, estilistas renomados e divas do cinema como Marilyn Monroe e Brigitte Bardot, transformando a beleza em uma questão de recursos financeiros para procedimentos estéticos (AMÉRICO; OLIVEIRA; BAQUIÃO, 2022).

A mídia, um conjunto de meios de comunicação que envolve a transmissão e recepção de mensagens por diversos canais, desempenha um papel fundamental na produção e divulgação dos padrões de beleza a serem almejados. A mídia não opera como um único bloco que age da mesma forma: o que temos são diversos meios de comunicação, cada qual com a sua pauta e valores. No entanto, é possível notar convicções confluentes e hegemônicas que tendem a reforçar alguns valores e ideias. De acordo com Veronezzi (2005), esses meios se utilizam de elementos simbólicos para planejar e desenvolver campanhas, influenciando significativamente a percepção das pessoas sobre si mesmas e sobre o mundo ao seu redor. A mídia não apenas transmite informações, mas também ajuda a moldar comportamentos e a subjetividades, interferindo na maneira como as pessoas se organizam e se veem (BORIS, 2007). A mídia promove visões singulares do que é considerado um corpo belo, reforçando esses conceitos por meio de programas de televisão, revistas e outros veículos que frequentemente exibem corpos considerados perfeitos

(AMARAL, 2019). Como descrita por Henry Jenkins, a cultura de convergência, refere-se à fusão de mídias, tecnologias e audiências, criando um ambiente onde o consumo de conteúdo se torna interativo e colaborativo. Nesse contexto, a mídia desempenha um papel central ao promover visões específicas do que é considerado um corpo belo, utilizando programas de televisão, revistas e outras plataformas para reforçar padrões estéticos predominantes. Esses veículos frequentemente exibem corpos idealizados, moldando percepções e influenciando o público a adotar esses padrões como desejáveis e normativos, perpetuando estereótipos e impactando a autoestima das pessoas. A cultura de convergência amplifica esse fenômeno ao permitir que essas imagens circulem de maneira ainda mais eficiente e abrangente (LABADMIN, 2009). Essa influência midiática contribui para a construção de um narcisismo contemporâneo e de uma sociedade capitalista onde tudo está à venda (CRUZ, 2008).

A partir dos anos 2000, um novo padrão se impôs, com a emergência da simetria de rostos e corpos como desejável. A sociedade contemporânea é dominada por estereótipos de gênero que difundem modelos rígidos promovidos pelas redes sociais. A busca por popularidade na internet, medida em curtidas e seguidores, reforça a necessidade de ser querido, desejado e aprovado no mundo digital. Para alcançar esse ideal, muitas mulheres recorrem a procedimentos invasivos, transformando o corpo em objeto de consumo idealizado pela publicidade (AMÉRICO; OLIVEIRA; BAQUIÃO, 2022).

A exposição constante a conteúdos relacionados à aparência nas redes sociais está diretamente relacionada à atenção exagerada das mulheres à sua autoimagem. A publicidade induz a sensação de livre arbítrio na escolha do estilo de vida, enquanto padroniza modelos a seguir e reforça estereótipos corporais, incentivando a busca por corpos e rostos ajustados a um padrão hegemônico de beleza (AMÉRICO; OLIVEIRA; BAQUIÃO, 2022). As mulheres tornam-se o principal alvo de propagandas que enfatizam a alegria trazida pela beleza e a necessidade de produtos ou procedimentos para corrigir “imperfeições”, levando à insatisfação com a forma de seus corpos e um sentimento de responsabilidade em corrigir supostos defeitos. Nos anos 1980, o efeito dos meios ganhou uma nova natureza, ao tornar-se uma preocupação de saúde pública devido a casos de distúrbios alimentares frequentes. Atualmente, com a popularização das redes sociais, as chamadas mídias de massa perderam um pouco de seu espaço, mas isso não quer

dizer que padrões hegemônicos tenham deixado de existir (SOUZA; BARROS; KABENGELE; BARRETO; ACÁCIO, 2021).

Isso fica claro com a crescente insatisfação corporal, especialmente entre mulheres adolescentes, que adotam dietas restritivas e exercícios extenuantes na tentativa de corresponder a esses modelos. O comércio da beleza, dinamizado pela publicidade, oferece diversas tecnologias para alcançar o corpo desejado, desde esteróides anabolizantes e suplementos alimentares até cirurgias plásticas. Casos recentes de mortes devido a procedimentos mal sucedidos, como o do empresário Henrique Silva Chagas, de 27 anos que faleceu em junho de 2024 após a realização de um procedimento envolvendo o peeling de fenol e da modelo Aline Ferreira que perdeu sua vida após realizar um procedimento de preenchimento glúteo com uma substância chamada Polimetilmetacrilato (PMMA) no Brasil, ilustram os riscos associados a essas práticas. Esses casos destacam a vulnerabilidade dos indivíduos diante de um mercado que capitaliza em cima de inseguranças pessoais e pressões sociais. O desejo de alcançar a perfeição estética, muitas vezes alimentado por padrões irreais promovidos pela mídia e pela indústria do entretenimento, leva muitas pessoas a buscar soluções rápidas e radicais, sem considerar plenamente os riscos envolvidos.

Essa busca pelo “corpo perfeito”, promovida pela mídia, pode levar a métodos artificiais prejudiciais à saúde. Segundo Amaral (2019), a mídia é responsável por educar e socializar, transmitindo tanto benefícios quanto malefícios, ela influencia a percepção do corpo, muitas vezes de forma negativa, ao promover ideais inatingíveis de beleza. A figura feminina é frequentemente utilizada para vender produtos, reforçando padrões estéticos que podem levar a problemas de saúde física e mental. Esse fenômeno cria uma cultura de comparação e competição, onde a autoestima das pessoas, especialmente das mulheres jovens, é frequentemente abalada por não corresponderem a esses ideais inalcançáveis. Essa dinâmica também perpetua uma narrativa perigosa de que o valor de uma pessoa está intrinsecamente ligado à sua aparência, ignorando outras qualidades e realizações.

Na mídia tradicional era comum que os textos e imagens vinculados ao tema do consumo de alimentos, produtos e serviços revelassem uma profusão de mensagens que associam magreza, boa forma e beleza aos atributos saudáveis e desejáveis na sociedade contemporânea (VIEIRA; BOSI, 2013). Essas representações não apenas valorizam, mas também garantem a longevidade e o

acesso a um ideal estético que promete felicidade e sucesso através do consumo disciplinado de bens e serviços voltados à estética. Revistas de beleza e estética desempenham um papel importante ao construir um novo cenário de subjetivação em torno do corpo. Estas publicações frequentemente propagam a ideia de que "ser bonito é ser reconhecido" (SOUZA; BARROS; KABENGELE; BARRETO; ACÁCIO, 2021), reforçando normas e expectativas sobre como o corpo deve ser moldado para se adequar aos padrões predominantes de beleza.

A venda da saúde, associada à imagem da juventude e boa forma, cresce exponencialmente, consolidando-se como um dispositivo de controle social. O ideal de corpo magro torna-se desejável ao ser constantemente preconizado como sinônimo de saúde e beleza (VIEIRA; BOSI, 2013). A busca constante pela perfeição física é impulsionada por uma economia que lucra tanto com uma determinada concepção de saúde quanto com a adoração ao corpo moldado e disciplinado. Esse fenômeno não se restringe apenas aos aspectos físicos, mas também promove um estilo de vida que exalta o sacrifício e a privação em prol da aparência idealizada (VIEIRA; BOSI, 2013). Esses modelos de identidade são cada vez mais inatingíveis para a maioria das pessoas, exigindo não apenas esforço físico, mas também investimento financeiro considerável em produtos e serviços estéticos.

A mídia desempenha um papel significativo ao interligar conhecimentos médicos, estéticos e midiáticos na construção de um ideal corporal que, embora nem sempre promova o bem-estar físico das pessoas, é socialmente aceito e desejado. A disciplina corporal e o controle dos hábitos alimentares e de exercício são promovidos como formas de alcançar não apenas bem-estar físico, mas também status social e realização pessoal (VIEIRA; BOSI, 2013). Esse cenário reflete uma intersecção entre diferentes áreas do conhecimento e práticas sociais, onde o corpo se torna um objeto para a busca da perfeição. A mensagem é clara: alcançar a forma ideal exige não apenas esforço e disciplina, mas também o consumo de uma vasta gama de produtos e serviços estéticos (VIEIRA; BOSI, 2013). As revistas de beleza, programas de televisão e redes sociais estão repletos de fórmulas, dietas e exercícios que prometem transformar qualquer um em um modelo de sucesso e felicidade.

A insatisfação corporal vem se mostrando cada vez mais presente, pois o corpo ideal divulgado parece inalcançável, o que leva à busca por cirurgias estéticas

para atingi-lo. Logo, percebe-se que como o corpo ideal se torna objeto de consumo, sendo a imagem “perfeita” perseguida constantemente por intermédio de compra e venda no comércio de cirurgias, clínicas estéticas, indústria de cosméticos, entre outros. Uma das principais ferramentas da propagação de conteúdos voltados para a aparência e influência, tanto de corpo físico quanto de estilo de vida, é a rede social Instagram. Ele, com sua ênfase em imagens cuidadosamente curadas e filtradas, amplifica essa busca incessante pelo corpo ideal, criando uma cultura de comparação constante. A plataforma se tornou um espaço onde influenciadores e celebridades exibem suas rotinas de beleza, dietas e transformações físicas, muitas vezes promovendo padrões estéticos irreais e inatingíveis para a maioria das pessoas. Essa exibição constante de corpos “perfeitos” pode intensificar a insatisfação corporal, levando os usuários a acreditar que precisam seguir essas normas para serem aceitos e admirados. Além disso, a monetização dessas práticas no Instagram, por meio de parcerias de influenciadores com marcas de cosméticos, suplementos e procedimentos estéticos, reforça a ideia de que a aparência é um ativo comercializável, promovendo ainda mais o ciclo de consumo em torno da imagem corporal.

Os “influencers”, pessoas com milhões de seguidores que possuem destaque na ferramenta, causam um grande impacto na vida dos consumidores, ao moldarem suas subjetividades a partir de determinado padrão de beleza propagado (HORA; OLIVEIRA; LEITE, 2023). Publiposts e fotos de celebridades frequentemente retocadas criam expectativas irreais, induzindo os consumidores a se submeterem a cirurgias estéticas para se parecerem com essas figuras públicas e com isso conquistar um ideal suposto de felicidade.

1.3 - Os padrões de beleza ocidentais

Para os padrões de beleza ocidentais, as curvas, o corpo bronzeado e o volume nos seios e glúteos são ideais reforçados por celebridades como as influenciadoras da família Kardashian-Jenner. Desde sua estreia, em 14 de outubro de 2007, o programa “*Keeping Up With the Kardashians*” transformou a família Kardashian-Jenner em um ícone de riqueza, glamour e ostentação, com a letra “K” se tornando um símbolo de seu império. Ao longo dos anos, o reality show não apenas documentou a vida da família, mas também impulsionou cada membro ao estrelato e sucesso financeiro. A evolução de Kim Kardashian, Khloe Kardashian,

Kourtney Kardashian, Kendall Jenner e Kylie Jenner nos mostra o impacto duradouro do programa, que continua a atrair uma audiência global, fascinada pela mistura de dramas pessoais e vida de opulência (BALMAS, 2016).

O padrão de beleza que as próprias Kardashians estabeleceram, devido aos inúmeros procedimentos estéticos a que se submeteram, são agora alterados pelas mesmas personagens que agora apresentam corpos magros, maquiagens menos aparentes, e lábios menos carnudos, apresentando assim uma aparência mais “natural”. Sob a administração da matriarca do clã Kardashian-Jenner, Kris Jenner têm moldado a percepção pública do que é considerado esteticamente desejável.

Essa influência, porém, é cercada por complexidades e controvérsias (REIS, 2024).

Os padrões de beleza promovidos pelas Kardashians, que variaram de corpos curvilíneos a uma magreza extrema, são frequentemente criticados por serem inalcançáveis. Esses ideais, intensamente divulgados pelas mídias sociais e tradicionais, têm sido associados ao aumento de distúrbios alimentares e outros problemas de saúde mental (REIS, 2024). Após as críticas recebidas houve uma transformação na forma como as irmãs produzem conteúdo para as redes sociais e apresentam sua imagem, retirando alguns procedimentos estéticos e adotando uma imagem mais “natural”.

Cada membro da família Kardashian-Jenner desempenhou um papel significativo na definição dos padrões de beleza. Kim Kardashian se tornou um ícone global, enquanto suas irmãs também alcançaram sucesso influenciando milhões com suas mudanças de estilo e aparência. Kendall e Kylie Jenner exemplificam a mercantilização da beleza, com Kylie lançando a Kylie Cosmetics e Kendall se tornando uma das modelos mais bem pagas do mundo. Apesar das críticas, a contribuição das Kardashians para a indústria da beleza é inegável, inspirando gerações e moldando a cultura pop (REIS, 2024).

No entanto, essa influência também gera uma pressão constante para cumprir um ideal estético muitas vezes inatingível, refletindo a complexidade e dualidade da relação entre cultura pop, autoimagem, aceitação pessoal e redes sociais. A influência das Kardashians, seja promovendo corpos mais magros ou curvilíneos, continua a ditar padrões de beleza globalmente, levantando a questão de até que ponto essa influência é saudável (REIS, 2024). Abaixo, uma imagem da capa do reality *Keeping Up with the Kardashians* ilustra o padrão de corpo e rosto considerado belo no Ocidente. A imagem exhibe as estrelas da série, que

frequentemente são vistas como ícones de beleza devido às suas características físicas amplamente admiradas, como curvas acentuadas e traços faciais definidos.

Figura 3: Capa do reality Keeping Up with the Kardashians



Fonte (<https://jovempan.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/kuwk-ultima-temporada-2021.html>)

A mídia e as redes sociais exercem uma influência excessiva ao promover ideais de beleza praticamente inalcançáveis. O descontentamento com a própria aparência e a busca incessante pela perfeição resultam em comparações extremas, procedimentos invasivos e transtornos de imagem. A imagem do corpo feminino é intensamente explorada, refletindo-se no espelho da tecnologia atual, com as mídias sociais construindo a autoimagem e a autoestima a partir do olhar alheio (HORA; OLIVEIRA; LEITE, 2023). Assim, a influência do ambiente sobre o indivíduo é determinante na formação da percepção pessoal e na busca incessante por um ideal estético.

1.4 - Os padrões de beleza orientais

Com a popularização do K-pop e os famosos K-Drama (Doramas), houve uma mudança significativa nos padrões de beleza promovidos globalmente. As celebridades coreanas se tornaram ícones de beleza, influenciando não apenas seus fãs na Coreia do Sul, mas também uma audiência internacional crescente. A estética K-pop enfatiza a pele impecável, olhos grandes, rostos simétricos e corpos esbeltos. Esses padrões são amplamente promovidos através de videocliques, séries de televisão e as redes sociais.

Os ídolos do K-pop e os personagens de doramas geralmente apresentam uma aparência jovem e saudável, com ênfase em cuidados com a pele, maquiagens específicas e senso de moda elegante. Produtos de beleza coreanos, como máscaras faciais, BB creams e rotinas de cuidados com a pele, tornaram-se populares mundialmente. A indústria da beleza coreana, impulsionada por essa crescente demanda, desenvolveu-se rapidamente, trazendo inovação e tendências que são rapidamente adotadas pelos consumidores.

A busca pela perfeição estética tem levado muitas pessoas a recorrerem a cirurgias plásticas. A cirurgia eletiva, voltada para o aperfeiçoamento de características físicas que podem ser consideradas simples, tomou grande espaço na sociedade contemporânea. De acordo com a *American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery (AAFPRS)*, houve um aumento significativo nas solicitações de procedimentos estéticos, especialmente entre pessoas com menos de 30 anos (HORA; OLIVEIRA; LEITE, 2023).

O Brasil é um dos países líderes em cirurgias plásticas, refletindo uma cultura que valoriza intensamente a aparência física. A cirurgia estética é frequentemente vista como uma maneira de corrigir imperfeições percebidas, melhorar a imagem social e aumentar a autoestima. No entanto, essa busca constante pela perfeição pode estar associada a sentimentos de inferioridade e comparação, resultando em problemas tanto emocionais quanto físicos em relação aos "defeitos" identificados (HORA; OLIVEIRA; LEITE, 2023). Esse processo pode levar ao desenvolvimento de condições como o Transtorno Dismórfico Corporal (TDC), um distúrbio mental que distorce a percepção da própria imagem corporal, gerando preocupações sobre supostos defeitos em partes do corpo.

Essa percepção distorcida pode resultar em uma reação exagerada, com prejuízos significativos no funcionamento pessoal, familiar, social e profissional. Estudos demonstram que dietas, baixa autoestima e ocorrência de transtornos alimentares são comuns entre pessoas com idade igual ou inferior a 20 anos (SOUZA; BARROS; KABENGLE; BARRETO; ACÁCIO, 2021).

No contexto do K-pop, a pressão para manter uma aparência esbelta leva muitos ídolos a adotarem dietas extremamente e rigorosas. Essas dietas são frequentemente divulgadas nas mídias sociais e em fóruns de fã clube na internet, salientando práticas alimentares pouco saudáveis na tentativa de alcançar um corpo similar ao de sua celebridade favorita.

As dietas seguidas por alguns *idols* do K-pop têm sido amplamente discutidas, especialmente devido às preocupações com a saúde e ao impacto nas normas estéticas. A dieta da cantora, compositora e atriz Lee Ji Eun, conhecida como IU, se tornou muito popular na Coreia. Em entrevista ao *One Night Of TV Entertainment*, a artista mencionou consumir apenas uma maçã no café da manhã, duas batatas doces no almoço e um shake proteico no jantar, além de exercícios diários (NUTRICIONISTA (...) 2020). No entanto, essa dieta apresenta várias preocupações, dentre elas a restrição calórica, que pode levar a problemas como fraqueza, perda de cabelo, unhas quebradiças e perda de massa muscular.

A ausência de proteína é problemática já que ela é essencial para a manutenção da massa muscular, fortalecimento do cabelo, unhas e pele. Além disso, dietas líquidas, como as shakes proteicos mencionados, geralmente não contêm fibras, um macronutriente vital para uma digestão saudável e eficiente absorção de nutrientes (NUTRICIONISTA (...) 2020). Além disso, a longo prazo, a falta de fibra e nutrientes pode prejudicar a saúde intestinal e estomacal, comprometendo a absorção de vitaminas e minerais essenciais. IU também revelou que, apesar de seguir uma dieta tão rigorosa, não estava perdendo peso na velocidade desejada (NUTRICIONISTA (...) 2020), essa fala da cantora se transforma em problemática já que pode induzir ao telespectador buscar métodos ainda mais extremos que sua dieta.

Figura 4: Cantora IU



Fonte(<https://search.app.goo.gl/6pFBCxs>)

Acima está a imagem da cantora e atriz sul-coreana IU, uma artista amplamente reconhecida por sua influência no mundo do K-pop e pela dieta que se tornou viral entre os fãs do gênero. IU, conhecida por sua aparência delicada e corpo em conformidade com o padrão de beleza coreano, representa um ideal estético promovido na Coreia do Sul. A imagem destaca como a aparência de IU se alinha com os padrões estéticos predominantes na Coreia do Sul.

Outra dieta de *idol* que se popularizou foi a da cantora Son Seung-wan, mais conhecida como Wendy do grupo *Red Velvet*. Em entrevista ao programa *Laundry Day* em 2017, a cantora revelou fazer apenas duas refeições líquidas ao dia, sendo um suco de maçã e repolho pela manhã e à noite um suco de abóbora (NUTRICIONISTA (...) 2020). Este tipo de regime é frequentemente composto por alimentos que fornecem apenas carboidratos e quase nenhuma proteína. Abaixo, uma foto da cantora Wendy durante uma performance com seu grupo revela seu corpo extremamente magro, onde os ossos de sua barriga são visíveis, evidenciando o impacto de sua rigorosa dieta. A imagem destaca o padrão de magreza frequentemente idealizado na indústria do K-pop, onde a manutenção de um corpo esguio é muitas vezes associada ao sucesso e à beleza.

Figura 5: Cantora Wendy do grupo Red Velvet



Fonte (<https://search.app.goo.gl/TezA14M>)

Inicialmente, dietas extremamente restritivas podem levar à rápida perda de peso, incluindo gordura, massa muscular e água. No entanto, quando a ingestão calórica é muito baixa, o metabolismo desacelera, impedindo a continuidade da perda de peso. Essa desaceleração ocorre porque o corpo não está recebendo

calorias suficientes para funcionar corretamente. A longo prazo, isso pode "quebrar" o metabolismo, tornando difícil perder peso sem aumentar gradualmente a ingestão calórica. Restaurar uma dieta equilibrada, com calorias adequadas, permite que o metabolismo se normalize e se prepare para estratégias de perda de peso mais saudáveis e eficazes (NUTRICIONISTA (...) 2020).

Dietas de baixa caloria, jejuns prolongados e regimes alimentares restritivos são alguns dos métodos utilizados para alcançar e manter o corpo ideal. Essas práticas podem levar a consequências graves para a saúde, incluindo desnutrição, distúrbios alimentares e problemas psicológicos. A influência dos meios de comunicação e das celebridades na promoção dessas dietas rigorosas contribui para a perpetuação de padrões de beleza inatingíveis e para a insatisfação corporal entre os jovens.

Desde sua estreia no grupo *2NE1* em 2009, Park Bom enfrentou intensas críticas em relação à sua aparência física. O grupo, formado por quatro integrantes, foi rotulado negativamente e chegou a ser chamado de "o girl group mais feio" até então. Park Bom, em particular, sucumbiu à pressão e se submeteu a diversas cirurgias e procedimentos estéticos. O que começou como uma tentativa de "melhorar" sua imagem se tornou um vício, transformando essas intervenções em uma rotina. Ironicamente, as críticas não cessaram, antes questionavam sua beleza pré-cirurgia, e depois passaram a questionar os resultados das cirurgias, dizendo que ela não era bonita nem antes nem depois dos procedimentos (A DIETA (...) 2021).

Após o fim do *2NE1* em 2016, Park Bom seguiu carreira solo, mas fez uma pausa prolongada. Quando retornou, o "excesso de peso" chamou a atenção e as críticas à sua aparência ressurgiram. Em resposta, ela se juntou a um programa de TV em 2021 que documentou sua jornada para "se livrar dos quilos a mais", chegando a compartilhar seu progresso em sua própria rede social.

Figura 6: Cantora Park Bom antes e depois de sua dieta



Fonte (https://www.instagram.com/p/CJmbtWfnSoV/?utm_source=ig_web_copy_link)

Recentemente, Park Bom compartilhou nas redes sociais que perdeu 11 kg, reduzindo seu peso de 70 para 59 kg. Ela explicou que o ganho de peso estava relacionado ao TDAH e que conseguiu emagrecer seguindo a dieta da empresa *Juvis*, conhecida por ajudar celebridades do K-pop a perder peso de forma saudável. A empresa de Park Bom, D-Nation, comentou sobre as dificuldades que a artista enfrenta devido às oscilações de humor causadas pelo TDAH, o que dificulta o controle do apetite e, consequentemente, da alimentação. Mesmo com esses desafios, Park Bom conseguiu atingir uma significativa perda de peso, o que a fez sentir-se mais saudável e reduzir o uso de medicamentos.

A *Juvis*, com mais de uma década de existência, ganhou notoriedade em 2020 quando Shindong, membro do Super Junior — um dos grupos masculinos mais famosos da 2ª geração do K-pop —, perdeu 37 quilos com seu método. No entanto, o custo elevado da dieta, com pacotes a partir de 3 milhões de won (cerca de 14 mil reais), e a exigência contratual de manutenção do peso têm gerado controvérsias. Celebridades como Kim Tae-woo foram penalizadas por não

conseguirem manter o peso, e um post de uma blogueira relatando a recuperação de peso após a dieta resultou em um processo por difamação. Apesar das críticas, a *Juvis* continua popular, especialmente com o lançamento de *Juvis At Home* e produtos alimentares *Made by Juvis*, promovidos por Park Bom e Sam Hammington. A eficácia da dieta a longo prazo permanece em debate, mas a influência das celebridades mantém a empresa em destaque (TORRES, 2021).

Portanto, a relação entre beleza e mídia na indústria do K-pop é complexa e multifacetada, influenciada por fatores culturais, econômicos e sociais. A mídia desempenha um papel crucial na construção e manutenção da imagem pública dos ídolos de K-pop. Aparições em programas de TV, revistas e redes sociais são cuidadosamente gerenciadas para garantir uma imagem perfeita. Além disso, os fãs de K-pop, tanto domésticos quanto internacionais, exercem uma enorme pressão sobre os ídolos para que mantenham sua aparência, o que pode levar a uma ênfase excessiva na aparência física e, em alguns casos, a distúrbios alimentares e problemas de saúde mental.

Os ídolos são vistos como modelos de comportamento e aparência, influenciando os padrões de beleza e as expectativas sociais e comportamentais. No entanto, há críticas crescentes sobre os efeitos negativos dessa ênfase na aparência, como problemas de saúde mental, distúrbios alimentares e a pressão extrema para alcançar a perfeição. A relação entre beleza e mídia na indústria do K-pop revela uma ligação delicada entre aspiração e pressão. Enquanto a busca pela perfeição estética pode impulsionar carreiras e economias, também levanta questões significativas sobre saúde mental e bem-estar. É um reflexo tanto da cultura coreana quanto das expectativas globais sobre beleza e sucesso na era moderna.

Capítulo 3 - Hwasa: Da Resistência à Criação de um Novo Ideal no Pop

Para tentar entender os padrões de beleza coreano selecionei como estudo de caso a cantora sul coreana Hwasa, membro do grupo Mamamoo e cantora solo. Primeiro precisamos entender como foi o início de sua carreira no grupo. O Mamamoo é um grupo feminino sul-coreano formado pela RBW (antiga WA Entertainment), sua estreia oficial ocorreu em junho de 2014 com a música *Mr. Ambiguous*. Desde então, elas lançaram vários sucessos, como *Piano Man*, *Um Oh Ah Yeh*, *You're the Best*, *Décalcomanie*, *Starry Night* etc. O grupo é composto por quatro integrantes: Solar, Moonbyul, Wheein e Hwasa, conhecidas por suas habilidades vocais impressionantes, performances energéticas e por seu estilo musical que mistura vários gêneros, incluindo jazz, R&B, funk e pop.

Além de seu talento musical, as integrantes também são conhecidas por suas personalidades carismáticas e senso de humor. Hwasa, cujo nome verdadeiro é Ahn Hye-jin, nasceu em 23 de julho de 1995, em Jeonju, na Coreia do Sul. Ela é a vocalista principal e rapper do grupo Mamamoo, que se destaca por sua voz poderosa e distinta, bem como por seu carisma e presença de palco marcantes.

1.4 - Carreira solo

Além de sua trajetória com o grupo Mamamoo, ela construiu uma carreira solo bem-sucedida dentro do K-pop. Seus singles, *Twit*, *Maria*, *I'm a B* e o mais recente *I Love My Body*, sobressaem-se devido ao seu estilo ousado e às mensagens diretas que abordam críticas à aparência e autoaceitação.

Hwasa fez sua estreia solo oficial em fevereiro de 2019 com a música *Twit*, que rapidamente se tornou um sucesso. A canção foi elogiada por sua originalidade e estilo único, alcançando o topo das paradas musicais na Coreia do Sul. Em junho de 2020, a cantora lançou seu primeiro mini-álbum solo intitulado *María*, com a faixa título de mesmo nome. *María* também foi um grande sucesso, consolidando ainda mais sua posição como uma das artistas solo mais proeminentes do K-pop.

O single *I Love My Body*, foi inspirado na mensagem de valorização pessoal assim como o single de estreia *All About That Bass* de Meghan Trainor, cantora, compositora e produtora musical norte-americana, conhecida por seu estilo pop retrô e letras empoderadoras. A música de Trainor se tornou um sucesso mundial,

elogiado por sua mensagem de aceitação do corpo, auto-estima, positividade e empoderamento. Com uma batida inspirada no doo-wop e elementos retrô, a música celebra corpos curvilíneos e se contrapõe aos padrões de beleza convencionais dos anos 2000, marcado por uma combinação de corpos esguios, bronzeados e tonificados, frequentemente associados a uma aparência saudável e ativa. Cinturas finas e curvas discretas eram valorizadas, muitas vezes inspiradas em celebridades como Britney Spears e modelos da *Victoria's Secret*.

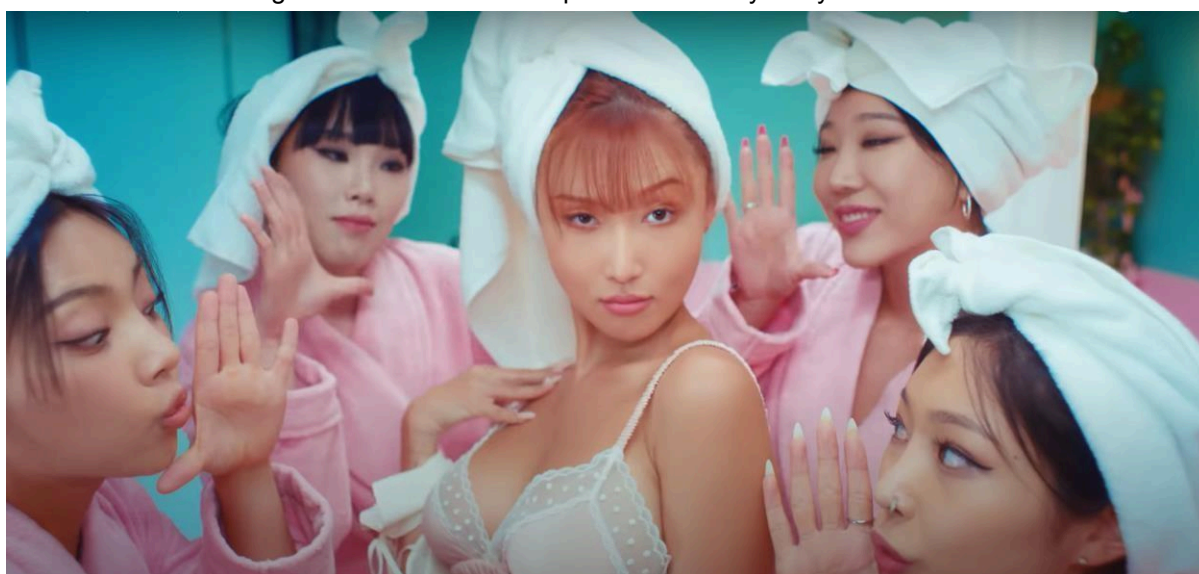
A letra de *All About That Bass* fala sobre amar seu corpo independentemente de tamanho, com trechos como "*I know you think you're fat, but I'm here to tell you, every inch of you is perfect from the bottom to the top*" (Eu sei que você acha que está gorda, mas estou aqui para te dizer, cada centímetro de você é perfeito dos pés à cabeça), "*You know I won't be no stick figure, silicone Barbie doll. So, if that's what's you're into, then go ahead and move along!*" (Você sabe que não serei magrinha, uma boneca Barbie de silicone. Então, se é isso que você gosta, vá em frente e busque outra!), o próprio refrão "*Because you know I'm all about that bass*" (Porque você sabe que sou mais um corpo tipo violão) expressa uma celebração das curvas e do corpo cheio, em contraste com os ideais tradicionais de magreza. Esta abordagem positiva e inclusiva é uma das razões pelas quais a canção ressoou com tantas pessoas ao redor do mundo, especialmente as mulheres. O videoclipe complementa a música com cores vibrantes, dançarinos enérgicos e com diferentes tipos de corpos e uma atmosfera alegre e positiva, o que contribuiu para a popularidade da música, acumulando milhões de visualizações no YouTube.

Em *I love My Body* também notamos trechos que reforçam a ideia de se amar incondicionalmente independente do que as pessoas digam, "생김새 하나하나 난 꽤나 괜찮아" (Cada detalhe da minha aparência, eu estou muito bem), "살 빠졌네 안 빠졌네 그게 왜 궁금한 건데?" (Perdi peso, não perdi peso. Por que isso te interessa?), "기준만 수백만 가지 뭐가 맞는 거지 정답은 딱 한 가지 *I love my body*" (Há milhões de padrões, o que está certo? Há apenas uma resposta certa. Eu amo meu corpo), "*Yeah, that's my body*, 사랑스런 내 *tummy Unique*한 팔과 다리 (*yeah, that's my body*)" (Sim, esse é o meu corpo, minha barriga adorável. Braços e pernas que são únicos (sim, esse é o meu corpo)). A canção aborda a positividade corporal em um cenário em que os padrões de beleza são frequentemente desafiadores e difíceis de serem alcançados de uma forma saudável e sem métodos cirúrgicos. No K-pop, uma indústria conhecida por suas exigências estéticas rígidas, Hwasa se

destaca por sua aparência distinta do que se espera de uma *idol* feminina. Em vez de pele clara, altura elevada, magreza extrema e traços faciais delicados, ela exibe um tom de pele mais bronzeado, muitas curvas e uma atitude confiante ao usar roupas justas e curtas que contrastam com os padrões tradicionais coreanos.

Abaixo, uma cena do videoclipe de *I Love My Body* de Hwasa, e de *All About That Bass* de Meghan Trainor, ambas canções que compartilham mensagens de valorização da diversidade corporal, mas também utilizam uma estética artística, cores, cenários e as coreografias semelhantes.

Figura 7: Cena do Videoclipe de “I Love My Body” de Hwasa



Fonte (<https://images.app.goo.gl/HRtimb5PyELMx1XQ6>)

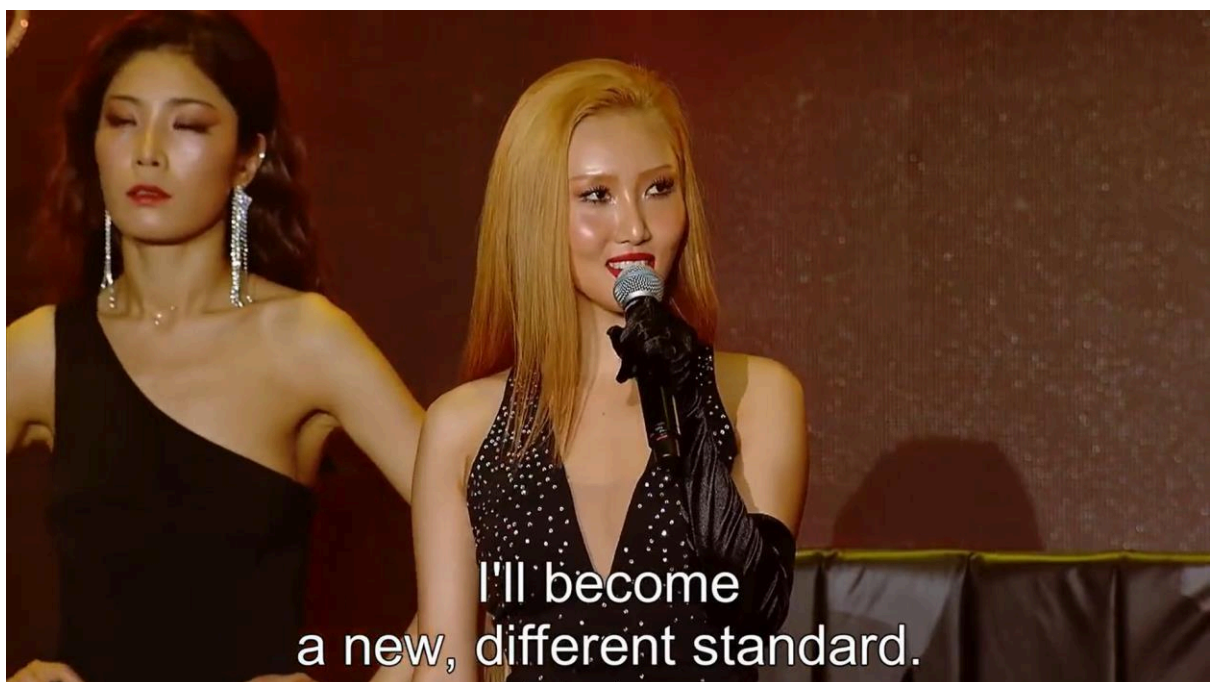
Figura 8: Cena do Videoclipe de “All About That Bass” de Meghan Trainor



Fonte (<https://images.app.goo.gl/f8frWqMpfQh77yPh8>)

Desde sua estreia, Hwasa enfrentou críticas severas direcionadas à sua aparência. Um momento emblemático ocorreu durante a turnê *4Season F/W Concert* do Mamamoo em 2019, quando ela realizou um bloco solo para compartilhar sua história e proferiu uma frase que se tornaria viral: "Se eu não me adequar aos padrões de beleza atual, vou estabelecer um novo e diferente padrão" (SOMEGIRLSFROMK, 2020). Frase destacada a seguir.

Figura 9: Hwasa fala sobre padrão de beleza em "4Season F/W Concert"



Fonte ([Hwa Sa \(MAMAMOO\): 4Season F/W Concert "HWA SA SHOW" \(English sub.\)](#))

Esta frase repercutiu profundamente entre os fãs e o público em geral, consolidando sua imagem como uma figura desafiadora e interessante de se acompanhar na indústria do K-pop. A declaração de Hwasa destacou sua determinação em lutar contra os padrões impostos e buscar estabelecer novos

parâmetros. Ao invés de se conformar às expectativas tradicionais, ela se posicionou como uma defensora da autoaceitação e do amor próprio, inspirando muitos a valorizarem sua singularidade, o que não deixa de ser uma estratégia de marketing. Este momento não só reforçou a resiliência da artista diante das críticas, mas também solidificou seu papel como um ícone de empoderamento na música e cultura pop.

Provocando os rígidos padrões de beleza da Coreia do Sul, Hwasa transformou essas críticas em impulso para promover sua mensagem de autoafirmação pontuando que o “belo é o que você é”. Em vez de se conformar às expectativas da indústria, ela utilizou os comentários negativos como um impulso para questionar os padrões de beleza estabelecidos, transformando aos poucos o conceito de beleza que se apresentava para *idols* femininas no K-pop. Sua postura não apenas fortaleceu sua imagem, mas também encorajou muitos fãs e outros artistas a abraçarem sua própria individualidade e ter confiança em seu próprio talento. A foto a seguir destaca uma performance marcante de Hwasa no *Mnet Asian Music Awards* (MAMA) de 2018, onde a artista se apresentou com trajes curtos e considerados ousados, especialmente para uma idol do K-pop. Essa escolha de vestuário gerou repercussão, pois geralmente espera-se que suas estrelas femininas sigam um código de vestimenta mais conservador.

Figura 10: Hwasa se apresenta em trajes curtos em evento de música asiática



Fonte (<https://images.app.goo.gl/1AXhurAdvd9n6tng6>)

Hwasa sempre se manteve resiliente diante das críticas, usando sua música para abordar essas questões de maneira direta. Em várias entrevistas e programas de televisão, ela falou abertamente sobre os comentários negativos que recebeu, incentivando outras pessoas a amarem a si mesmas como são. Ela admitiu: Fiquei tão insatisfeita com os comentários negativos sobre minha aparência, a ponto de não querer fazer música (마마무 화사 (...) 2022). Apesar disso, Hwasa encontrou forças para superar essas adversidades, afirmando “Nunca amei tanto meu corpo” e destacando sua confiança na aparência física: “Sinto muito confiança na parte inferior do meu corpo desde que era jovem... Gosto de coxas firmes”, (PARK, 2023). Hwasa também revelou a intensidade emocional das críticas “Chorei quando vi os comentários maliciosos que atraíram a atenção do público”, (화사, 외설 논란 (...), 2023). No passado, sua personalidade forte a levava a responder aos comentários negativos com um espírito positivo: “Eu vivia com a mentalidade de que ‘posso mostrar um lado melhor de mim mesma, mesmo fazendo isso”, (LEE , 2023), entretanto reconheceu que algumas situações foram particularmente difíceis: “Mesmo que eu não seja do tipo que fica pensando em comentários maliciosos, desta vez foi um pouco forte. Eu me apresentei como se nada tivesse acontecido, mas assim que terminou, comecei a chorar), (CHO, 2023). Sua jornada é marcada por uma mensagem de amor-próprio e resiliência. Hwasa inspirou muitos ao afirmar: “Se alguém tentar estragar o meu dia, me amarei até os confins da terra”, reforçando seu compromisso com a positividade e a autoestima, independentemente das críticas que enfrentou ao longo de sua carreira (PARK, 2023).

Sua busca por autenticidade ganharam muitos admiradores e serviram de inspiração para aqueles que enfrentam pressões semelhantes. A faixa intitulada *Maria* faz alusão a própria cantora por este ser seu nome de batismo, nesta música ela fala sobre o sentimento após as críticas e julgamentos, mas também celebra sua individualidade e força. O refrão “Oh, Maria, estão falando isso pra você. Por que você está fazendo tanto esforço? Se você já é bonita, é uma maneira de abraçar as críticas e transformá-las em um ponto de orgulho”. Outros trechos como “Por causa de tantos xingamentos, tenho indigestão. Mas mesmo que eu esteja chateada, o que posso fazer?”, “Todo mundo trabalha duro me odiando. Se você me destruir, vai ganhar um prêmio?”, fragmentos como os destacados podem ser vistos como uma representação de sua resiliência e força interior. A letra aborda a pressão e a crítica constante que ela enfrenta, mas também reflete uma determinação inabalável de

continuar sendo autêntica e confiante, apesar dos desafios. Além disso, a repetição de perguntas retóricas como “Por que você está fazendo tanto esforço?” e “Se você me destruir, vai ganhar um prêmio?” sugere uma introspecção profunda sobre o valor pessoal e a futilidade da negatividade externa. A canção se transforma em um potente manifesto de empoderamento, inspirando o público a abraçar suas imperfeições e a se amar sem se importar com as opiniões alheias. A combinação de letras profundas e a interpretação emocional do artista cria uma experiência auditiva e emocional impressionante. Na música, a mensagem clara e poderosa é a de autoaceitação e a importância de permanecer firme diante das adversidades.

Passagens como essas expressam a jornada e os desafios que a artista enfrentou com todos os comentários sobre sua aparência que invalidam seu talento, as dificuldades escondidas por trás da glória e da fama. Para ajudar a ilustrar estas situações, no videoclipe Hwasa usa uma coroa feita de pregos para simbolizar essa dualidade entre a fama e o que vem com ela. Além disso, a artista atua como se fosse um alter ego dizendo a si mesmo para não chorar e lamentar por ser quem é, e o mais importante: não seja quem não é para agradar aos outros. Indo contra as expectativas de comportamento esperado de uma *idol* no cenário do K-pop.

Frequentemente, ela opta por aparecer sem maquiagem em programas de televisão e se apresentar em trajes sensuais que rompem com as convenções do público conservador. Hwasa conseguiu transformar as críticas que recebeu em uma mensagem poderosa de empoderamento. Sua vontade e atitude de falar abertamente sobre suas experiências na indústria musical inspiraram muitos. Além disso, a sinceridade da artista ressoa fortemente com os fãs, tanto na Coreia quanto internacionalmente, gerando proximidade e reconhecimento junto ao público.

A seguir, está uma imagem da simbólica coroa de pregos usada por Hwasa em seu clipe *Maria*.

Figura 11: Em videoclipe *Maria* Hwasa usa uma coroa de pregos



Fonte (<https://images.app.goo.gl/yvNWJtA1G1kbSzNS9>)

Com estilo retrô doo-wop, *I Love My Body* divide opiniões quanto à sinceridade de sua mensagem, especialmente entre aqueles de fora da cultura coreana. O principal objetivo dela foi dar uma resposta aos comentários sobre seu corpo e críticas a uma performance no festival da Universidade de *Sungkyunkwan* em maio de 2023, a canção é uma celebração da autoestima em resposta a críticas sobre suas performances sensuais. O show, gravado como parte do programa *Dancing Queens on the Road da tvN*, foi considerado impróprio por um gesto “obsceno” que Hwasa fez durante a performance da música solo *Don’t*. No vídeo, a artista aparece agachada com as pernas abertas enquanto passa a mão sobre os lábios e, em seguida, leva-a à sua região íntima.

Figura 12: Performance de Hwasa fazendo gesto considerado impróprio



Fonte (<https://www.youtube.com/watch?v=em5nqyZXINk>)

As críticas a essa performance também apontavam a toda a coreografia e roupas da artista e dançarinos, consideradas “explícita” demais para ser apresentada em um ambiente escolar, por isso foi denunciada pela associação Solidariedade de Pais de Estudantes e Proteção dos Direitos Humanos, resultando na abertura de uma investigação sobre indecência pública contra a cantora. A associação alega que o gesto causou desconforto ao público, com fãs presentes se sentindo envergonhados e aversão na plateia ao gesto “que não se encaixava no contexto da coreografia”, portanto não poderia ser visto como um ato artístico. Em setembro do mesmo ano, a Delegacia de Seongdong anunciou que a investigação de indecência envolvendo a Hwasa havia se encerrado, concluiu-se após a investigação que o conteúdo da apresentação não havia causado repúdio por parte dos espectadores, portanto não seria necessário reconhecer punições criminais (OLIVEIRA, 2023).

1.5 - Mídia e publicidade

Além de sua carreira musical, Hwasa também participou de vários programas de televisão. Ela é uma das integrantes fixas do popular programa de variedades / *Live Alone*, o *reality show* apresenta celebridades em sua vida diária, oferecendo

uma visão mais íntima e pessoal do seu cotidiano, permitindo que os fãs conheçam mais sobre sua personalidade e rotina. Outro programa que elevou a popularidade da artista foi *Hangout with Yoo*, dirigido pelo famoso apresentador Yoo Jae-suk. Sua participação resultou na criação do projeto musical *Refund Sisters*, um grupo feminino temporário composto por Hwasa, Lee Hyori, Jessi e Uhm Jung-hwa, artistas criticadas também por sua aparência. O grupo foi um grande sucesso e aumentou ainda mais a visibilidade das participantes.

Figura 13: Integrante do grupo “Refund Sisters” e Yoo Jae-suk



Fonte (<https://images.app.goo.gl/txQMXaZqofjJmfui9>)

A influência da cantora tanto na indústria televisiva quanto musical a transformou em uma figura influente e multifacetada no cenário do entretenimento e popular no mundo da publicidade. O aparente comportamento confiante de Hwasa a torna uma escolha atraente para marcas, desde cosméticos, até na indústria da moda. Considerada genuína, carismática e de confiança, ela é uma ótima escolha no cenário de marketing sul-coreano e além, sendo uma escolha popular para diversas marcas. Empresas que buscam se destacar no mercado frequentemente a escolhem para representar seus produtos, valorizando suas características inovadoras. Sua energia e personalidade também a faz uma escolha natural para campanhas de saúde, bem-estar e autocuidado, uma das empresas mais famosas no ramo de produtos de saúde e beleza, a *Olive Young Corporation* já produziu campanhas com a Hwasa, inspirados pela influência da cantora e seu incentivo a estilo de vida ativo e saudável, e o cuidado estético que é uma forma de amor

próprio, motivando seus fãs a cuidarem de si mesmos física e mentalmente (YONG, 2022).

Hwasa e Kai (ator e cantor coreano membro do grupo EXO), estrelando uma campanha para a Olive Young, uma das principais redes de cosméticos e produtos de beleza na Coreia do Sul. A colaboração entre os dois artistas destaca não apenas sua popularidade, mas também a influência que exercem nas tendências de beleza e moda.

Figura 14: Hwasa e Kai em campanha para Olive Young



Fonte (https://www.slist.kr/news/articleView.html?idxno=384776#google_vignette)

A cantora possui uma forte presença nas redes sociais, o que amplifica seu impacto em campanhas publicitárias. Sua capacidade de se conectar com os fãs através de plataformas como Instagram e YouTube aumenta a visibilidade e a eficácia das campanhas das quais participa. A popularidade de Hwasa não se limita à Coreia do Sul. Com um forte apelo internacional, ela se torna uma embaixadora eficaz para marcas que desejam alcançar um público global. Recentemente ela tem colaborado com diversas marcas em campanhas de grande destaque, como Adidas, Louis Vuitton, Jimmy Choo, Jean Paul Gaultier, Diesel, Bulgari, Versace, Valentino, Tommy Jeans, Prada, Dolce & Gabbana e ASH. Além disso, ela foi o rosto de

campanhas de maquiagem para a Urban Decay, uma marca que valoriza a autoexpressão e a ousadia (MAMAMOO HWSA, FOTO DE (...) 2019).

A seguir, imagens de campanhas de moda e beleza estreladas por Hwasa, que refletem sua influência em publicidades. Essas imagens ilustram o impacto que ela tem na moda e beleza.

Figura 15: Campanha de Hwasa para Tommy Jeans



Fonte (https://blog.naver.com/marieeeee_/222092695938)

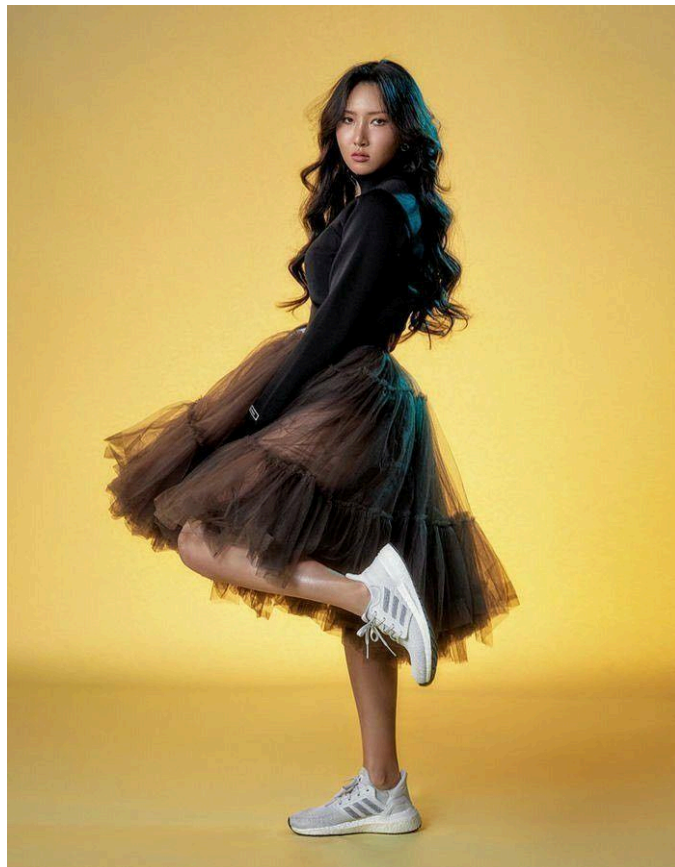
Figura 16: Hwasa em ensaio fotográfico para marcas de luxo





Fonte (<https://images.app.goo.gl/HiUbkn7KwY86rBH7>)

Figura 19: Campanha para Adidas 2



Fonte (<https://images.app.goo.gl/iWkmSPmk2AVgaQXZ7>)

Em resumo, Hwasa tem uma relação robusta e diversificada com a publicidade e campanhas. Sua imagem de confiança, autenticidade e versatilidade a tornam uma escolha popular para diversas áreas, permitindo-lhe impactar positivamente tanto o mercado doméstico quanto o internacional.

Sua abordagem aberta e honesta sobre temas como beleza, auto aceitação e pressão da indústria a torna uma voz influenciadora e sugestiva. Além disso, seu estilo e música atraíram uma base de fãs global, e ela é frequentemente mencionada em publicações internacionais que cobrem K-pop e cultura asiática. Hwasa enfrentou algumas controvérsias, principalmente relacionadas ao seu estilo de vestir e performances. No entanto, os motivos e as respostas são sempre as mesmas. A artista é uma defensora vocal da do amor próprio e rompimento com os padrões de beleza convencionais dentro do K-pop, ela usa sua música para promover mensagens de inclusão e diversidade, o que ressoa fortemente com muitos fãs que se sentem pressionados por padrões sociais. Com o tempo, artigos e entrevistas passaram a focar mais na mensagem de empoderamento, de amar o próprio corpo e sobre seu talento.

Ela foi destacada como “Ícone millennial” (‘마마무’ 화사 (...) 2019), “Ícone à frente do seu tempo” (투머치토크 황영진 (...) 2023) e comentários como “Ela sempre cantou com confiança” (화사가 외치는 (...) 2023) passaram a ser o foco. Sua voz, descrita como capaz de fazer "o coração do ouvinte acelerar" (화사 신곡 (...) 2023), e sua personalidade descontraída, que não hesita em exibir sua pele sem maquiagem na TV, reforçam sua autenticidade e carisma (건강한 (...) 2022). Hwasa também se consolidou como um ícone da moda e beleza, sempre chamando atenção e exaltando carisma (PARK, 2019). Sua influência e presença marcante a tornaram uma figura admirada, inspirando muitos com sua mensagem de confiança e amor próprio (‘MAMAMOO’ 화사 (...) 2024). A relação de Hwasa com a mídia é, portanto, um equilíbrio de autenticidade, influência e resiliência, tornando-a uma das figuras mais fascinantes e inspiradoras do K-pop contemporâneo.

Figura 20: Ensaio fotográfico para a revista Cosmopolitan



Fonte(<https://www.hellokpop.com/lifestyle/k-photo-reel-mamamoos-hwasas-cosmopolitankorea-august-2019/>)

Outro momento em que Hwasa chamou a atenção e causou polêmica foi com um gesto de aparecer sem sutiã durante um evento, reacendendo o debate sobre a moda *braless*. Esse gesto não passou despercebido, e é evidente que, ao escolher essa vestimenta para um evento público, ela sabia que geraria impacto e discussão. O ato desafiou as convenções e normas de vestuário tradicional, atraindo a atenção da mídia e do público para um tema frequentemente discutido. Em entrevistas posteriores ao incidente, Hwasa tentou esclarecer que sua escolha não foi feita com a intenção de provocar ou criar controvérsia, mas sim como uma expressão de sua própria naturalidade e conforto. Ela destacou que, para ela, o ato de não usar sutiã fazia parte de sua abordagem pessoal para a moda e a autoexpressão (HWASA DE MAMAMOO GENERA ESCÁNDALO (...) 2019). No entanto, a reação intensa ao

gesto sugere que, mesmo quando o objetivo é “pessoal e despretensioso”, os atos de figuras públicas têm o objetivo de chamar atenção e gerar debates significativos e reforçar discussões sobre normas sociais e padrões de beleza.

Enquanto alguns criticaram sua escolha, outros a apoiaram pela autenticidade. Esta atitude lembra casos anteriores, como o de Sulli do grupo *f(x)*, que também enfrentou críticas severas por adotar essa moda e, posteriormente, faleceu, trazendo à tona questões sobre a liberdade de expressão das mulheres na Coreia do Sul.

Figura 21: Hwasa aparece em público sem usar maquiagem e sutiã



Fonte

(<https://larepublica.pe/cultura-asiatica/2019/11/15/kpop-mamamoo-hwasa-explicapor-que-no-uso-sujetador-en-showcase-reality-in-black-sulli-fx-asia>)

Muitos *idols* enfrentam pressões severas para se adequarem a esses padrões desde o treinamento até suas carreiras, levando a dietas extremas e cirurgias plásticas. A cultura das dietas também se popularizou, influenciando fãs a adotarem práticas arriscadas. Hwasa desafia esses padrões, promovendo a ideia de que a verdadeira beleza está na individualidade, e não na padronização. A cantora é conhecida por ir contra os padrões tradicionais de beleza na Coreia do Sul e, por isso, é frequentemente elogiada pelos jovens por sua confiança e por promover mensagens de aceitação e amor próprio. Seu estilo de moda ousado e sua atitude destemida a tornaram um ícone para muitos fãs.

A trajetória de Hwasa é emblemática na discussão sobre os padrões de beleza dentro do K-pop, destacando a necessidade de uma reflexão crítica sobre

esses padrões e seus impactos. Apesar das críticas severas por sua cor de pele e peso, sempre respondeu com confiança e firmeza. Ela se recusou a seguir dietas extremas e cirurgia plástica sugeridas pela indústria, promovendo o amor próprio e incentivando seus fãs a definirem seus próprios padrões de beleza. Hwasa desafiou diretamente as convenções estéticas implacáveis e ambiciosas do K-pop, tornando-se um exemplo de novo padrão dentro da indústria. Ela incentiva a autovalorização e a rejeição de padrões restritivos, promovendo a ideia de que todos podem ser bonitos à sua maneira, o que representa uma mudança cultural significativa ao abraçar a diversidade. No entanto, ao mesmo tempo, acaba promovendo um novo padrão de beleza, destacando características próprias como referência. Embora não siga o padrão tradicional do K-pop, ela estabelece um modelo com tom de pele mais escuro, altura notável e roupas com decotes e poses sensuais. Assim, mesmo ao desafiar normas estabelecidas, a cantora acaba criando e divulgando um novo padrão de beleza que também pode se tornar normativo.

A presença de Hwasa na mídia traz visibilidade para aqueles que não se encaixam nos padrões tradicionais de beleza, abrindo espaço para discussões sobre aceitação e inclusão tanto na indústria do entretenimento quanto na sociedade em geral. Ao falar abertamente sobre suas experiências com críticas e pressão estética, Hwasa ajuda a desestigmatizar essas questões. Suas aparições em programas de TV e entrevistas frequentemente abordam esses temas, ampliando o debate sobre a questão.

Conclusão

A percepção sobre o corpo feminino mudou ao longo dos séculos nos ajudando a ver como o padrão de beleza não é fixo e imutável, mas socialmente construído. Isso resulta em variações dentro de uma mesma cultura e entre culturas diferentes. Por exemplo, o corpo considerado ideal no Brasil não é o mesmo na Coreia do Sul, como vimos acima. Nos tempos modernos, a figura feminina passou a se interessar pelo mercado estético, de onde surgiu uma oportunidade para vender produtos de beleza, cirurgias plásticas, academias e alimentação saudável para essas mulheres. A globalização também teve um papel crucial nessa padronização de corpos, reduzindo as fronteiras culturais e aproximando o Ocidente do Oriente.

A popularização dos meios de comunicação, especialmente a internet, aproximou ainda mais essas culturas, tornando fenômenos como o K-pop globalmente reconhecidos. A mídia desempenha um papel fundamental nesse processo, construindo noções e opiniões sobre padrões estéticos. Ela está presente em todos os lugares, tanto online quanto offline, e é quase impossível não ser influenciado por seus conteúdos. A sociedade exerce uma pressão constante para que as mulheres busquem o corpo ideal, utilizando métodos como dietas extremas e exercícios exaustivos, que podem causar problemas físicos e psicológicos.

Hwasa, com sua postura ousada e intransigente, desafia a noção de que a conformidade aos padrões estéticos é uma condição para o sucesso na indústria do K-pop. Ao recusar-se a alterar sua aparência para se adequar às expectativas da indústria e do público, Hwasa não apenas reivindica sua própria identidade, mas também abre um diálogo importante sobre a diversidade de corpos e a aceitação do “eu”. Sua trajetória é um testemunho do poder da autenticidade em um mundo onde a aparência física muitas vezes sobressai o talento e a individualidade.

Embora a autenticidade de Hwasa pareça uma resistência ao padrão estético dominante na indústria do K-pop, pode ser interpretada também como uma estratégia consciente de criar um novo padrão. Ao desafiar as normas estabelecidas, ela não apenas afirma sua identidade, mas também contribui para a construção de um novo ideal de beleza e comportamento. Essa dinâmica reflete como a indústria do entretenimento, em sua natureza competitiva e comercial, tende a transformar atos de resistência em novos produtos de consumo. No contexto de Hwasa, sua imagem e postura podem inicialmente ter surgido como uma reação à

pressão estética predominante, mas rapidamente se converteram em um símbolo de um novo tipo de autenticidade.

Essa autenticidade, então, não é apenas uma manifestação de individualidade ou um movimento contra a conformidade, ela se transforma em uma nova referência, um novo padrão a ser seguido, especialmente entre fãs e consumidores que buscam alternativas aos modelos tradicionais. Portanto, quando falamos de autenticidade no K-pop, é essencial reconhecer que essa busca por ser autêntico também envolve a criação e imposição de novos padrões. No caso de Hwasa, sua trajetória demonstra como uma figura pode simultaneamente desafiar e construir normas, utilizando sua imagem para resistir, e também influenciar ou definir novos caminhos dentro da indústria.

Referências bibliográficas

A CONVERGÊNCIA midiática na visão de Henry Jenkins. Lab404, [s. l.], 26 jul. 2009. Disponível em: <https://lab404.ufba.br/a-convergencia-midiatica-na-visao-de-henry-jenkins/>. Acesso em: 23 ago. 2024.

A DIETA DA PARK BOM!. [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Eg72_bbotSw. Acesso em: 12 jun. 2024.

AGÊNCIAS. Brasil já é o quinto maior mercado no consumo mundial de 'doramas'. O

TEMPO, [S. l.], p. 1-1, 23 out. 2022. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/brasil-ja-e-o-quinto-maior-mercado-no-consumo-mundial-de-doramas-1.2754446>. Acesso em: 20 dez. 2023.

ALTMAN, Max. Hoje na História: 1910 - Japão anexa a Coreia ao seu império: Japoneses tentaram assimilar rapidamente população coreana, estratégia fracassada e que criou traumas até hoje. OPERAMUNDI, São Paulo, p. 1-1, 22 ago. 2021. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/hoje-na-historia/podcast-hh-hoje-nahistoria-1910-japao-anexa-a-coreia-ao-seu-imperio/>. Acesso em: 19 dez. 2023.

AMINO, Kaemi. Hwasa é embaixadora da campanha da ADIDAS! | MAMAMOO BR Amino. Amino, [s. l.], 26 fev. 2020. Disponível em: <https://images.app.goo.gl/HiUbkn7KwY86rBH7>. Acesso em: 28 jul. 2024.

AMÉRICO, Karine Andriele Pedroso; OLIVEIRA, Rhayana Caroline Antunes; BAQUIÃO, Leandra Aurélia. A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NOS PADRÕES DE BELEZA. Revista Saúde em Foco, [s. l.], 20 dez. 2022. Disponível em: <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/09/A-INFLU%C3%8ANCIA-DA-M%C3%8DDIA-NOS-PADR%C3%95ES-DE-BELEZA%3%A1g-958-a-970.pdf>. Acesso em: 31 maio 2024.

BALMAS, Luana. 'Keeping Up With the Kardashians': reality show completa 9 anos. Ego, [S. l.], p. 1-1, 14 out. 2016. Disponível em: <https://ego.globo.com/televisao/noticia/2016/10/keeping-kardashians-reality-show-completa-9-anos.html>. Acesso em: 8 jun. 2024.

BARROS, Larissa. K-Pop também fala sobre saúde mental: 5 músicas de artistas coreanos que alertam sobre o assunto. PUREBREAK, [S. l.], p. 1-1, 27 out. 2019. Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/noticias/k-pop-5-musicas-que-alertam-sobre-a-saude-mental-dos-idols/90637>. Acesso em: 24 fev. 2024.

CHA, Frances. Se Esse Rosto Fosse Meu. [S. l.]: Darkside, 2023.

COLAB PUC MINAS (Minas Gerais). Hallyu: como a Coreia do Sul transformou o Kpop em ferramenta política: Entenda como os fenômenos culturais Parasita, BTS e PSY se encaixam dentro de uma poderosa estratégia política do governo sul-coreano. In: COLAB PUC MINAS (Minas Gerais). Hallyu: como a Coreia do Sul transformou o K-pop em ferramenta política: Entenda como os fenômenos culturais Parasita, BTS e PSY se encaixam dentro de uma poderosa estratégia política do governo sul-coreano. [S. l.], 24 jun. 2022. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/hallyu-como-a-coreia-do-sul-transformou-o-k-pop-e-m-sua-principal-ferramenta-politica/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

CORPOS em confecção: considerações sobre os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina. Physis: Revista de Saúde Coletiva, [s. l.], 14 ago. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/physis/a/RDrLCrFVcnd8wGLnkbtdJZx/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 19 abr. 2024.

DAILYDOT, Marie. TOMMY JEANS: 화사의 가을 이미지와 여성 가을 코디를

만나보세요. Marie Blog, [S. I.], p. 1-1, 18 set. 2020. Disponível em:

https://blog.naver.com/marieeeeeee_/222092695938. Acesso em: 28 jul. 2024.

DEVILLE, Chris. The Week In Pop: So, What Else Does “All About That Bass” Singer Meghan Trainor Have To Offer?. STEREOGUM, [S. I.], p. 1-1, 11 set. 2014. Disponível em:

<https://www.stereogum.com/1703505/the-week-in-pop-so-what-else-does-allabout-that-bass-singer-meghan-trainor-have-to-offer/columns/the-week-in-pop/>.

Acesso em: 22 jun. 2024.

HONG, Clara. Refund Sisters’ Debut Track "Don’t Touch Me" Ranks High On Realtime Charts. SOOMPI, [S. I.], p. 1-1, 10 out. 2020. Disponível em:

<https://www.soompi.com/article/1430768wpp/refund-expeditions-debut-track-donttouch-me-tops-realtime-charts>. Acesso em: 15 jun. 2024.

DEWET , Babi; IMENES , Érica; PAK , Natalia. K-Pop - Manual de Sobrevivência: Tudo o que você precisa saber sobre a cultura pop coreana. [S. I.]: Gutenberg, 2017.

EVANS, Stephen. Cirurgia plástica vira ‘moda’ na Coreia, mas gera ‘contos de terror’ na Justiça. BBC NEWS Brasil, [S. I.], p. 1-1, 17 dez. 2014. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/12/141215_plasticas_coreia_rm.

Acesso em: 15 dez. 2023.

FERNANDEZ, Constanza. Beleza Comprada. Futilish, [s. I.], 21 jan. 2013. Disponível em: <https://www.futilish.com/2013/01/beleza-comprada/>. Acesso em: 15 jun. 2024.

FERNANDEZ, Cristina. IU, Joy e Lee Sung Kyung usaram o mesmo terno Gucci — quem o usou melhor?. Koreaboo, [S. I.], p. 1-1, 10 ago. 2020. Disponível em: <https://www.koreaboo.com/stories/iu-joy-lee-sungkyung-wore-gucci-suit-wore-best/>.

Acesso em: 15 jun. 2024.

G1 (São Paulo). 'Gangnam style' é primeiro vídeo a ter 1 bilhão de acessos no YouTube. G1 GLOBO, [S. l.], p. 1-1, 21 dez. 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/12/gangnam-style-chega-1-bilhao-de-acessos-no-youtube.html>. Acesso em: 18 dez. 2023.

HA, Serin. Por que Coreia do Sul tem os maiores índices de suicídio entre países desenvolvidos. BBC NEWS, [S. l.], p. 1-1, 2 nov. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4n4gjxr0e3o>. Acesso em: 15 dez. 2023.

HORA, MARIANA PRAGANA DA; OLIVEIRA, MARINA FREITAS DE; LEITE, ISABELLE DINIZ CERQUEIRA. MULHERES, MÍDIAS SOCIAIS E CIRURGIAS ESTÉTICAS: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA. FACULDADE PERNAMBUCANA DE SAÚDE, [s. l.], 20 dez. 2023. Disponível em: <http://tcc.fps.edu.br:80/jspui/handle/fpsrepo/1730>. Acesso em: 26 maio 2024.

JOVEM PAN. Jovem Pan. 'Keeping Up with the Kardashians' chega ao fim após 14 anos. Jovem Pan, [S. l.], p. 1-1, 9 set. 2020. Disponível em: <https://jovempan.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/kuwk-ultima-temporada2021.html>. Acesso em: 8 jun. 2024.

K4US. 10 músicas que incentivam o amor próprio e a autoaceitação. K4us, [S. l.], p. 1-1, 10 jul. 2023. Disponível em: <https://k4us.com.br/10-musicas-que-incentivam-oamor-proprio-e-a-autoaceitacao/>. Acesso em: 20 dez. 2023.

KOREABOO. Red Velvet Wendy looks alarmingly skinny at recent performance. Koreaboo, [S. l.], p. 1-1, 12 jul. 2017. Disponível em: <https://www.koreaboo.com/news/red-velvet-wendy-looks-alarmingly-skinny-recentperformance/>. Acesso em: 1 jun. 2024.

MINAMI, Eliza. As tendências de beleza coreana se tornaram muito populares em todo o mundo, sendo referência no consumo de cosméticos e procedimentos estéticos. In: As tendências de beleza coreana se tornaram muito populares em todo

NAVER , Café. 마마무 화사 "외모에 대한 부정적인 댓글이 너무 마음에 안 들어서 음악을 하고 싶지 않게 됐다"고. **Café Naver** , [s. l.], 30 mar. 2022. Disponível em:
<https://cafe.naver.com/colco101/21765?art=ZXh0ZXJuYWwtc2VydmJlZS1uYXZlci1zZWFFyY2gtY2FmZS1wcmVudC9kbnNpdjE1Ni1nR5cCI6IkpXVCJ9.eyJjYWZlVHlwZSI6IkNBREkvfVVJMliwiY2FmZVVybCI6ImNvbGNvMTAxliwiYXJ0aWNsZUIkljoyMTC2NSwiaXNzdWVkQXQiOjE3Mjl1NjAwMzg1MjJ9.DrdxPi8WZZhkfBCv9lwwVs8GvlqikY61BUDb8M-5lt8>. Acesso em: 27 jul. 2024.

NUTRICIONISTA Reage a DIETAS DE IDOLS DE KPOP. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2O4iZpB1WKA>. Acesso em: 10 jun. 2024.

OLIVEIRA, Gabbie. Ex integrante do F(x), Amber, fala sobre pressão estética. INFOX, [S. l.], p. 1-1, 20 mar. 2020. Disponível em: <https://infoxfatecpr.wordpress.com/2020/03/20/ex-integrante-do-fx-amber-fala-sobrep-ressao-estetica/>. Acesso em: 20 dez. 2023.

OLIVEIRA , Greyce. Polícia encerra investigação do caso de indecência envolvendo Hwasa (MAMAMOO). Revistakoreain, [S. l.], p. 1-1, 4 out. 2023. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2023/10/policia-encerra-investigacao-do-caso-deindece ncia-envolvendo-hwasamamamoo/>. Acesso em: 20 jul. 2024.

OLIVEIRA, Greyce. Associação de pais denúncia Hwasa (MAMAMOO) por indecência. Revista Koreiain, [S. l.], p. 1-1, 10 jul. 2023. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2023/07/associacao-de-pais-denuncia-hwasamamamo o-por-indecencia/>. Acesso em: 28 jul. 2024.

PARK, BOM. Newharoobompark. In: Newharoobompark. [S. l.], 3 jan. 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CJmbtWfnSoV/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 25 maio 2024.

PARK, So-young. 화사 "내 몸 이렇게 사랑한 적 처음"..싸이가 끌고 안신애가 응원한 결과[Oh!썸 이슈]. OSEN , [s. l.], 9 set. 2023. Disponível em: <https://www.osen.co.kr/article/G1112188535>. Acesso em: 27 jul. 2024.

REIS, Raquel. Será a influência das Kardashian na definição dos padrões de beleza saudável?. Medium, [S. l.], p. 1-1, 3 jan. 2024. Disponível em: <https://medium.com/culturaliteraria/ser%C3%A1-influ%C3%Aancia-das-kardashiann a-defini%C3%A7%C3%A3o-dos-padr%C3%B5es-de-beleza-saud%C3%A1vel1e582 f6d3e8c>. Acesso em: 8 jun. 2024.

S, May. Hwasa Returns with Lively and Confident New Single "I Love My Body". KPOP

WISE, [S. l.], p. 1-1, 6 out. 2023. Disponível em: <https://www.kpopwise.com/2023/09/hwasa-returns-with-lively-and-confident.html>. Acesso em: 8 jun. 2024.

SANTANA, Luciana. A influência da cultura asiática nos adolescentes ocidentais. In:

<https://dralucianasantana.com.br/a-influencia-da-cultura-asiatica/>. [S. l.], 24 mar. 2023. Disponível em: <https://dralucianasantana.com.br/a-influencia-da-culturaaasiatica/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

SARMENTO, Claudia. Sul-coreanas têm maior índice de cirurgia plástica per capita do mundo. O GLOBO, [S. l.], p. 1-1, 20 out. 2013. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/sul-coreanas-tem-maior-indice-de-cirurgia-plasticaper-capita-do-mundo-10440568>. Acesso em: 15 nov. 2023.

SOMEGIRLSFROMK. Hwa Sa (MAMAMOO): 4Season F/W Concert "HWA SA SHOW" (English sub). YouTybe. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xueHKAYtSjE&list=TLPMzAwNzlwMjSGVVAjG0tNJw&index=2>

SOUZA, Karla da Silva; BARROS, Rafaella da Cruz Borges Cavalcanti de; KABENGEELE, Daniela do Carmo; MAXIMIANO-BARRETO, Madson Alan; ACÁCIO, Karolline Hélcias Pacheco. INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O CORPO FEMININO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA. Interfaces Científicas - Humanas e Sociais, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 385–400, 2021. DOI: 10.17564/2316-3801.2021v9n2p385-400. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/humanas/article/view/10068>. Acesso em: 24 mar. 2024.

SUACILLO, Angela Patricia. K-Photo Reel: Hwasas da MAMAMOO para a edição de agosto de 2019 da Cosmopolitan Korea. HELLO KPOP, [S. l.], p. 1-1, 19 jul. 2019. Disponível em: <https://www.hellokpop.com/lifestyle/k-photo-reel-mamamoos-hwasacosmopolitan-korea-august-2019/>. Acesso em: 20 jul. 2024.

WEEBLAY , Weebly. [Sem título] 14 jul. 2014. site online. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/749919775432463585/>. Acesso em: 12 abr. 2024.

WIKITREE, Wikitree. 화사, 외설 논란 당당하게 극복...“내 몸 이렇게 사랑한 건 처음”.

Wi 건강하고 그을린 피부 마마무 화사 Pick No title. Beleza Sihyeon, [S. l.], p. 1-1, 21 jun.

2022. Disponível em: <https://blog.naver.com/2min20731/222781053315>. Acesso em: 8 jun. 2024.

XSPORTSNEWS, Xportsnews. 화사·이수현, 몸 때문에 소란스럽다?... "난 내 몸을 사랑해" 당당한 고백 [엑's 이슈]. Xportsnews, [s. l.], 9 set. 2023. Disponível em: <https://www.xportsnews.com/article/1768682>. Acesso em: 26 jul. 2024.

YONG, Won-jung. 엑소 카이X화사, CJ올리브영 옴니채널 브랜딩 캠페인. Single List, [s. l.], 15 set. 2022. Disponível em: https://www.slist.kr/news/articleView.html?idxno=384776#google_vignette. Acesso em: 20 jul. 2024.

240219 'MAMAMOO' 화사, 시선강탈 섹시아이콘 - RNX tv. [S. l.: s. n.], 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y5Yb4Jr2wt4>. Acesso em: 27 jul. 2024.

[Y뷰티] 마마무 화사, 골드 메이크업 화보 공개...걸크러시 폭발. YTN, [S. l.], p. 1-1, 22 out. 2019. Disponível em: https://star.ytn.co.kr/_sn/0117_201910221444160052. Acesso em: 26 jul. 2024.

[MV] 화사 (Hwa Sa) - 마리아 (Maria). [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=brZRDjFIFJs>. Acesso em: 26 jul. 2024.

박, 박상훈. [포토] 마마무 화사, 패션·뷰티 아이콘으로 우뚝. 대한민국 인터넷대상 최우수상, [S. l.], p. 1-1, 19 jul. 2019. Disponível em: <https://www.interview365.com/news/articleView.html?idxno=87716>. Acesso em: 26 jul. 2024.

박, 소영. 화사 "내 몸 이렇게 사랑한 적 처음"..싸이가 끌고 안신애가 응원한 결과[Oh!썸 이슈]. OSEN , [s. l.], 23 set. 2023. Disponível em: <https://www.osen.co.kr/article/G1112188535>. Acesso em: 27 jul. 2024.

선생님 , 사라. 화사 신곡 '내 몸을 사랑해' 가사·곡 정보 논란. 그린 리뷰 캠페인, [s. l.], 13 set. 2023. Disponível em: <https://blog.naver.com/sarahkimjh123/223210707554>. Acesso em: 28 jul. 2024.

[Y패션] '마마무' 화사, 파격 블랙 비키니 화보...극강의 섹시美. YTN, [S. l.], p. 1-1, 18 jul. 2019. Disponível em: https://m.star.ytn.co.kr/ent_view.php?s_mcd=0117&key=201907181449494540&pos=#return. Acesso em: 28 jul. 2024.

[화사파트 풀버전] 230512 화사 Hwa Sa - 마마무 메들리 & 주지마 with 로꼬 (성균관대 축제 x 댄스가수유랑단) 직캠 fancam by zam. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=em5nqyZXINk>. Acesso em: 27 jul. 2024.

_MARIAHWASA. [S. l.], 19 ago. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/_mariahwasa/. Acesso em: 24 ago. 2024.

투머치토커 황영진 화사 외설 논란 언급 시대의 아이콘이란 증거 [출처] 투머치토커 황영진 화사 외설 논란 언급 시대의 아이콘이란 증거|작성자 여행아니면사랑이겠지. Blog Naver, [S. l.], p. 1-1, 16 set. 2023. Disponível em: <https://blog.naver.com/yosiki1928/223212869035>. Acesso em: 28 jul. 2024.

화사 (HWASA) - 'I Love My Body' MV. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Crq_fRV0O0E. Acesso em: 28 jul. 2024.

화사가 외치는 ‘I Love My Body’. VOGUE, [S. l.], p. 1-1, 8 set. 2023. Disponível em:
<https://www.vogue.co.kr/2023/09/08/%ED%99%94%EC%82%AC%EA%B0%80%EC%99%B8%EC%B9%98%EB%8A%94-i-love-my-body/>. Acesso em: 28 jul. 2024.