

RESUMO - COM COMUNICAÇÃO PRESENCIAL - GT 09: O SAGRADO NO
CAPITALISMO E O SANTO ESCANDALOSO

**O ÍDOLO COMO IMAGEM SAGRADA DO MERCADO: O K-POP À LUZ DA
CRÍTICA TEOLÓGICA AO CAPITALISMO COMO RELIGIÃO**

Caroline Julie Da Rosa Cougo (caroline.cougo@gmail.com)

Esta comunicação analisa o K-pop como um produto exemplar do que a tradição crítica, de Walter Benjamin a Jung Mo Sung e Franz Hinkelammert, chama de capitalismo como religião. Parte-se da hipótese de que a indústria musical sul-coreana não apenas comercializa canções, mas organiza uma economia simbólica de caráter religioso, na qual o mercado ocupa o lugar do sagrado e promete sentido, pertencimento e salvação por meio do consumo. Nessa economia, o ídolo aparece como imagem de perfeição fabricada, produzida por um sistema de treinamento que disciplina corpos, afetos e narrativas desde a adolescência dos artistas. O fandom, por sua vez, funciona como comunidade devocional, cuja fidelidade se expressa e se mede pelo consumo, em práticas que lembram a liturgia: compra repetida de álbuns, metas coletivas de streaming, rituais de apoio, celebração de datas e peregrinações a shows e espaços ligados aos artistas. A partir da Teologia da Cultura de Paul Tillich, especialmente da noção de demônico como elevação do finito à condição de preocupação última, discute-se como essa estrutura desloca a experiência do sagrado para a lógica da mercadoria e exige sacrifícios tanto dos artistas quanto dos fãs. Em diálogo com a Teologia do Cotidiano de Rubem Alves, a análise também procura os pontos de ruptura dessa engrenagem: canções e performances em que a fragilidade, o fracasso,

a ansiedade e o sofrimento dos artistas aparecem e contradizem a imagem do ídolo perfeito. Esses momentos são lidos como irrupções do "santo escandaloso", um sagrado que se manifesta na vulnerabilidade e não na perfeição vendável, e que por isso questiona a idolatria do mercado. Metodologicamente, o trabalho combina revisão bibliográfica e análise cultural de produções e práticas do K-pop. A pesquisa integra uma tese de doutorado em Teologia sobre as relações entre teologia e música popular coreana.

Palavras-chave: k-pop; capitalismo como religião; paul tillich; rubem alves; teologia da cultura.