

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Lucas Gomes Vieira

Moda Sul-Coreana Contemporânea: um estudo de indumentária

Rio de Janeiro

2021

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Lucas Gomes Vieira

Moda Sul-Coreana Contemporânea: um estudo de indumentária

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Profª Orientadora: Ana Paula Lima de Carvalho

Rio de Janeiro

2021

Ficha catalográfica

VIEIRA, Lucas Gomes

Moda Sul-Coreana Contemporânea: um estudo de indumentária /
Lucas Gomes Vieira. – Rio de Janeiro, 2021.

122 p.

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão
Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI
CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de
Bacharel em Design.

1. Design de Moda. 2. Coréia do Sul. I. Título.

Lucas Gomes Vieira

Moda Sul-Coreana Contemporânea: um estudo de indumentária

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 29/11/2021.

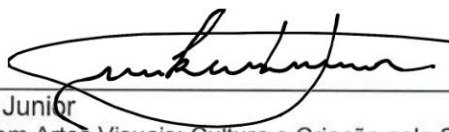
Banca Examinadora:



Ana Paula Lima de Carvalho
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro,
Docente, SENAI CETIQT



Rosa Lúcia de Almeida Silva
Especialista em Computação Gráfica e Multimídia pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro
Docente, SENAI CETIQT



Akihito Hira Junior
Especialista em Artes Visuais: Cultura e Criação pelo Serviço Nacional de Aprendizagem,
Docente, SENAI CETIQT



Ana Cláudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenadora do Bacharelado em Design

Dedicatória

Essa pesquisa é dedicada à minha mãe, obrigado por sempre estar ao meu lado.

Agradecimento

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a minha mãe. Esse trabalho existe graças a ela e seu apoio incondicional, acreditando em mim até mesmo quando eu não havia me encontrado.

Minha amiga Juliana que estava sempre pronta para me ajudar e sanar minhas dúvidas. Minhas amigas Ana, Sofia e Ana Júlia que embarcaram em diversas viagens (literais e metafóricas) comigo e foram grandes incentivos para minha contínua pesquisa sobre Coréia do Sul.

À minha orientadora Ana Paula que foi uma verdadeira mentora desde meu primeiro semestre na faculdade. É um enorme prazer tê-la presente no meu projeto mais importante até o momento.

Ao parar para refletir na jornada que percorri para chegar neste momento, há muitos fatores interligados. E eu não mudaria nada. Então a todos que passaram pelo meu caminho, seja um breve encontro ou uma perene hospedagem, agradeço por nosso encontro.

Por fim, a todos que acreditaram em mim e na minha capacidade, suas palavras foram de grande auxílio. Muito obrigado.

“어제의 너는 바람을 타고 멀리
후회도 없이 미련 없이 날아가”

O você de ontem voa longe cavalcando
o vento

Sem arrependimentos ou hesitação

(박혜경; Park Hye Kyung)

Resumo

Esse projeto tem como objetivo investigar o histórico da vestimenta Sul Coreana e suas mudanças a partir do século XX. O estudo em questão se mostra necessário a partir da escassez em conteúdo sobre o tema em português – e até mesmo em inglês – para suprir o interesse e curiosidade do público pesquisado. Para sua realização, foi feito um levantamento de referências em diversas formas de mídias: notícias, artigos, revistas, livros, fotos, vídeos. As informações foram então entrecruzadas para originar um sólido material teórico sobre a indumentária coreana. A coleção cápsula criada é fruto da análise das roupas e dos resultados do questionário obtidos do realizado de forma online, assim como a aplicação das metodologias projetuais de design.

Palavras-chave: Design de Moda. Coréia do Sul. Indumentária. Hanbok. Coleção Cápsula.

Abstract

This project aims for the investigation of the history of South Korean garments and their changes over the course of the twentieth century. The study in question shows itself necessary over the lack on content over the theme in the Portuguese language -and even in English- to provide for the interest and curiosity of the researched public. For its realization, a survey of references was made in many media formats: news, articles, magazines, books, photos and videos. The information was then crisscrossed to originate a solid theoretical material about Korean garments. The developed capsule collection is a result of an analysis of the clothing and the results of an online questionnaire, as well as the application of the design project methodologies.

Key-words: *Design. South Korea. Clothing. Hanbok. Capsule wardrobe.*

Sumário

Introdução.....	20
1. Moda Coreana.....	21
1.1. Moda coreana: das tradições ao século XX	21
1.2. Moda coreana no século XXI	28
2. Moda coreana e seu consumo no Brasil.....	39
2.1. <i>Hallyu Wave</i> e o consumo de mídia coreana pelo brasileiro	39
2.2. Questionário: Identificação do Público Alvo	42
2.3. A percepção do brasileiro de moda coreana	46
3. Idealização de Coleção Cápsula	53
3.1. <i>Moodboard</i>	54
3.2. Estudos	57
3.3. Cartelas	63
3.3.1. Cores.....	63
3.3.2. Tecidos.....	67
3.3.3. Estampas	69
3.3.4. Aviamentos	70
4. Coleção ¾ kidZ.....	73
4.1. Medidas.....	73
4.2. Mix de Produtos.....	73
4.3. Croquis	76
4.4. Fichas de Desenvolvimento	82
4.5. Fichas Técnicas.....	99
4.6. Editorial	102
Considerações finais	109
Referências	111
Apêndice	116

SENAI CETIQT



Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria

Introdução

A moda coreana começou a apresentar suas mudanças mais significativas no início do século XX. Com o processo de globalização, o país leste asiático sofreu diversas mudanças e transformações no seu código de vestimenta. Através do acesso e consumo da cultura e mídia sul-coreana, o crescente interesse do estrangeiro pelo país foi denominado *Hallyu Wave*. A partir de pesquisas realizadas ao longo de anos de interesse pessoal, foi constatado uma escassez de material acadêmico sobre a moda coreana contemporânea, principalmente em português. Com isso, o tema moda coreana foi escolhido como o objeto de pesquisa.

Esse projeto tem como intenção identificar as transformações da moda coreana durante o século XX até os dias atuais, assim como investigar a forma com a qual o brasileiro se relaciona com a moda coreana através do tipo de mídia que consome.

Para isso, será realizado um levantamento de referências para auxiliar a construção do primeiro capítulo e seu estudo das mudanças na indumentária sul-coreana ao discorrer das décadas. Em seguida, o estado atual da moda coreana será analisado com base nas revistas e artigos encontrados, assim como pelo convívio na capital do país, Seul, por 5 meses no ano de 2020.

A pesquisa quantitativa realizada servirá como o pilar do segundo capítulo, o qual investiga o consumo de mídia coreana pelos brasileiros e o interesse dos mesmos pela moda coreana. Para finalizar a linha de pensamento do capítulo, será destacado algumas diferenças e semelhanças da moda coreana com a moda brasileira para explicitar possíveis motivos de interesse pela indumentária da Coreia do Sul proveniente da população brasileira.

A segunda etapa do projeto constará com o desenvolvimento de uma coleção cápsula para ilustrar o estilo da moda coreana no século XXI estudado e investigado nos capítulos anteriores.

1. Moda Coreana

Este capítulo abordará as características presentes na moda sul-coreana através dos anos, até os dias atuais. O primeiro tópico relata os principais acontecimentos do século passado, com destaque nas vestimentas utilizadas e origem de suas referências estilísticas. O segundo apresenta características do que se compõe como moda coreana contemporânea, se apropriando do *background* histórico, revistas de moda e websites de vendas como instrumentos para auxiliar na compreensão do conceito de moda coreana contemporânea.

1.1. Moda coreana: das tradições ao século XX

A Coréia passou por diversas alterações em estilos, modelagens, cores e formas de suas vestimentas. Considerado a vestimenta tradicional do povo coreano, o Hanbok segue o modelo utilizado desde o modelo do Reino Koguryo (37 a.C.-3 d.C.), com a presença do jeogori (jaqueta), baji (calças) e chima (saia), mas foi apenas com o início da Dinastia Joseon (1392-1910) que o traje foi eternizado como o que é compreendido com o Hanbok.



Figura 1: Arte representando Hanbok
Fonte: Gangsong Art Museum, 2020

Segundo o livro 우리 옷 이천 년 (Dois Mil Anos de Moda Coreana, 2018), traje vestido servia como clara indicação de classe social, com diferenças perceptíveis entre a roupa vestida pela realeza e pela população mais baixa. O código vestimentar utilizado pela realeza era composto de 9 a 12 peças diferentes, com variações para ocasiões (roupa para casa, para cerimônias, atividades militares, entre outras), e essas peças eram customizadas com bordados. As roupas das classes inferiores eram mais simples, com menos peças e ornamentações. Essa indumentária, embora tenha caído em desuso pela sociedade, ainda pode ser encontrada com facilidade e costuma ser utilizada em momentos marcados, como casamentos e comemorações nacionais.

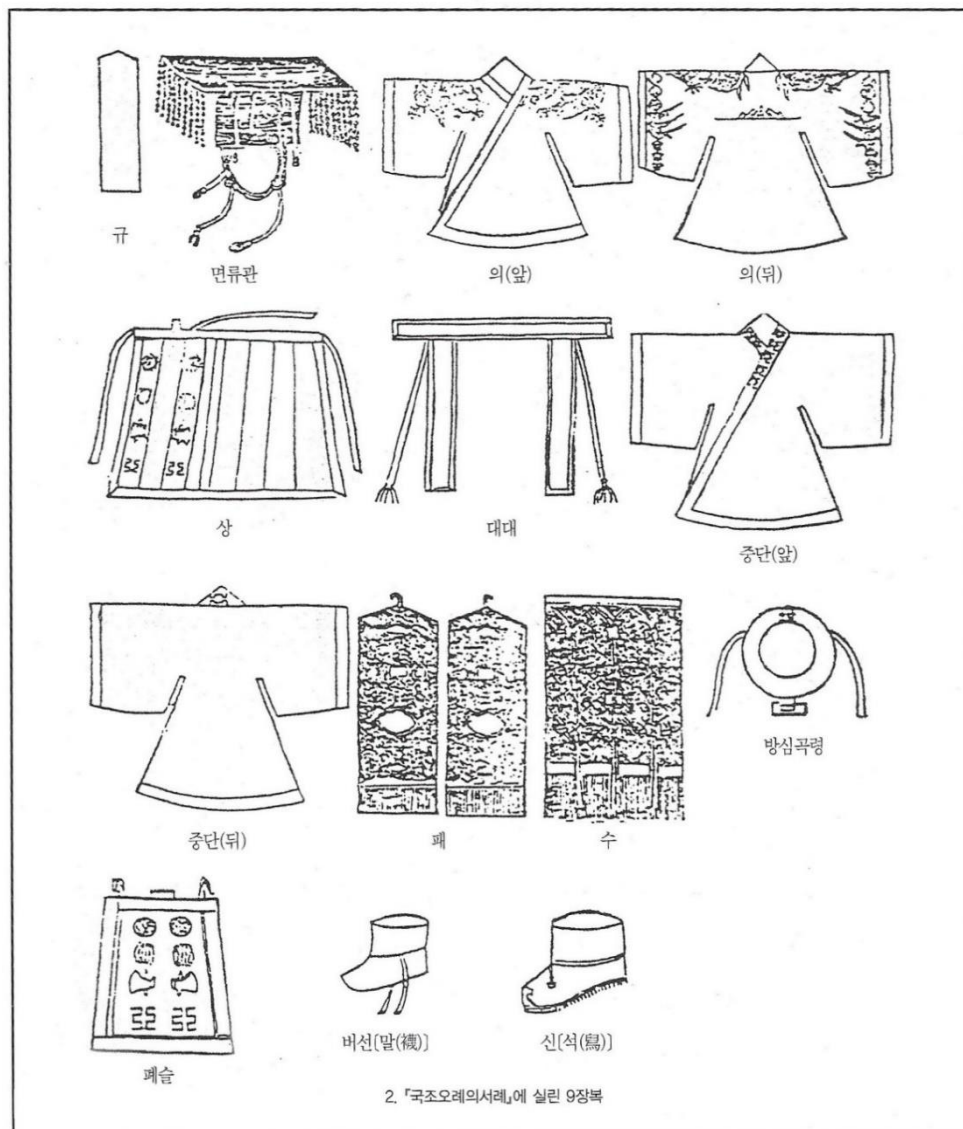


Figura 2: Componentes do Hanbok

Fonte: *우리 옷 이천 년*, 2020

Segundo a *Korea Tourism Organization* (2020), o Hanbok tradicional ainda é utilizado, mas seu uso se tornou mais limitado para cerimônias e eventos especiais, como o primeiro aniversário de crianças e casamentos entre casais.

Nos dias atuais, a imagem do Hanbok é comumente propagada através de mídias audiovisuais tais quais filmes e dramas com teor histórico, como *Moon Embracing the Sun* e *Love in the Moonlight*, os quais retratam a indumentária da Era Joseon. A popularidade e impacto desses dramas trazem possibilidades

únicas de turismo, como perceptível pelos diversos guias turísticos por regiões, lojas e restaurantes que serviram de set de filmagem para alguns desses dramas. Isso também possibilita a comercialização do aspecto têxtil da história coreana; nos dias atuais, o hanbok é disponibilizado por serviços de aluguel e compra direta. Museus como o *Insa-dong PR Center* oferecem a opção de navegar através do local vestindo um dos variados modelos disponíveis no local como um diferencial de sua programação.



Figura 3: Hanboks
Fonte: Visit Korea, 2020

O estilo de roupa utilizado pela sociedade coreana continuou sendo o mesmo até aproximadamente 100 anos atrás, com suas primeiras alterações marcantes por volta de 1910, quando o Japão ocupou o território coreano. Com essas influências externas, as roupas do dia a dia foram modernizadas, e a utilização do hanbok começou a diminuir. Homens passaram a utilizar ternos e mulheres outros penteados de cabelo (figura 4). De acordo com o livro *우리 옷 이천 년* (2000 Years of Korean Fashion), por causa da diminuição de sua

utilização devido a invasão japonesa, em 1911 o hanbok se tornou uniforme escolar como forma de patriotismo.



Figura 4: Homens coreanos de terno
Fonte: Wikipédia, 2020

Outro acontecimento importante na moda coreana foi após a Independência da Coreia (1945) e Guerra da Coreia (1950-1953), com influência significativa estadunidense na cultura do país. De acordo com site o *Asia House* (2018), a década de 1950 trouxe um impulso na moda divo com a estadia de americanos no território coreano, com novos penteados, a popularidade do maiô e novas maquiagens dos Estados Unidos.

Em 1950, a designer pioneira Nora Noh abriu sua marca com o mesmo nome, revolucionando a indústria nacional. Noh Myung-ja viajou em 1947 para Los Angeles com o intuito de estudar moda e, ao voltar para Coreia, abriu a marca com suas referências únicas. Suas coleções refletiam sua vivência e

influências estadounidense, mantendo o país atualizado nas tendências ocidentais. Em outubro de 1956, Nora Noh realizou no Bando Hotel o primeiro *fashion show* em território coreano (figura 5).



Figura 5: Desfile de Nora Noh no Bando Hotel
International Foundation for Women Artists BLOG, 2020

Nora Noh também popularizou na década de 60 o uso de minissaias (figura 6) após vestir a famosa cantora nacional Yoon Bok-hee numa peça feita pela designer. A moda também sofreu transformações por influência de músicos ocidentais como os *Beatles* e as práticas impulsionadas pelo governo, como a utilização de algodão e a proibição da compra e venda de produtos importados.



Figura 6: Yoon Bok-Hee de minissaia
Fonte: *International Foundation for Women Artists BLOG*, 2020

As tendências no território sul-coreano começaram a gradualmente acompanhar o que estava acontecendo nos Estados Unidos, até o que é conhecido como *Korean Pop* (K-Pop) ter seu início e marcar uma nova fase cultural para o país. Com o *debut*¹ de *Seo Taiji and Boys*, o grupo revolucionou não só a produção nacional de música, mas também a economia e moda do país. De acordo com sites como Korea Herald (2016), Billboard (2013) e Vice (2020), o estilo do grupo ainda reverbera na produção cultural atual, conforme afirma Billboard:

Seo Taiji and Boys foram tão influentes em alterar a música popular moderna da Coreia que maior parte dos seguidores (desse estilo musical) marcam a data de seu lançamento oficial como as gênesis do K-Pop. Depois de *Seo Taiji and Boys* veio um período renascentista no qual uma primeira geração de grupos idols, como as boy bands *H.O.T* e *Sechs Kies*, ficaram incrivelmente populares e conquistaram um grande, apaixonada e extremamente competente grupo de fãs. A fórmula de criação de ídolos dos anos 90 foi tão bem sucedida que continua sendo a norma até hoje. (Billboard, 2013, tradução do autor)

¹ Termo em inglês para “estrear; estreia” (Cambridge Dictionary), amplamente utilizado ao se tratar de cantores, atores, grupos e bandas.

Com elementos comumente vistos no cenário de *hip hop* americano, o estilo de *Seo Taiji and Boys* (figura 7) marcou principalmente a população jovem e adolescente, público principal do grupo musical. De acordo com *Asia House* (2018), a “moda de resistência” adotada pelo grupo era resultante das influências visuais do grupo misturado com o estilo *grunge*.

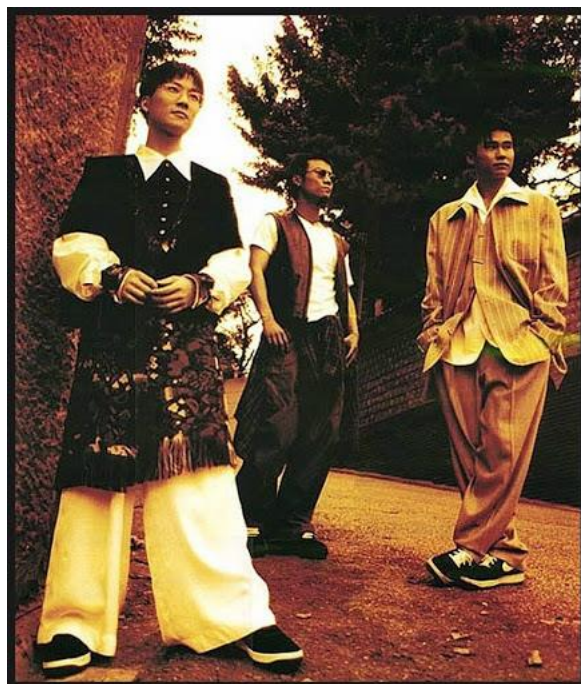


Figura 7: *Seo Taiji and Boys*
Fonte: Revista KoreaIN, 2020

1.2. Moda Coreana no século XXI

Para o propósito deste projeto, foi utilizado o conceito de contemporâneo no sentido de identificar o contexto temporal, assim abordando a moda coreana no século XXI. Como vimos no capítulo anterior, as mudanças na moda da Coreia do Sul são acontecimentos recentes. Com isso, o país apresenta em sua estética um conjunto de referências do exterior, principalmente estadunidense. Mas isso não significa que a moda local está isenta de originalidade, assim como suas características distintas são reveladas.

De acordo com o sociólogo e filósofo Gabriel de Tarde, a moda é “essencialmente uma forma de relação entre os seres, um laço social

caracterizado pela imitação dos contemporâneos e pelo amor das novidades estrangeiras” (apud LIPOVETSKY, 1989, p. 266). As roupas que uma população específica utiliza é um reflexo da sociedade, que por si imita “as novidades de fora e aquelas que nos cercam” (LIPOVETSKY, 1989, p. 266). Então, para compreender o que acontece nas tendências atuais do vestuário sul-coreano, é preciso buscar dentro da história do país.

Como comentado no capítulo 1 (Moda Coreana), o trio masculino *Seo Taiji and Boys* popularizaram o hip hop no país. As influências desse gênero musical transcenderam a música e mostraram impacto na indumentária. Segundo o livro *우리 옷 이천 년* (2000 Years of Korean Fashion), o que *Seo Taiji and Boys* usassem, os fãs também passavam a usar. Com a popularização do gênero, mais grupos surgiam apresentando uma estética similar. As roupas utilizadas por ambos públicos feminino e masculino eram largas, com destaques de cores e muitas vezes apropriavam itens de *sportwear*, como camisas de times, casacos, bermudas, entre outros.



Figura 8: Grupo de rap americano RUN-D.M.C.
Fonte: Morrison Hotel Gallery, 2020

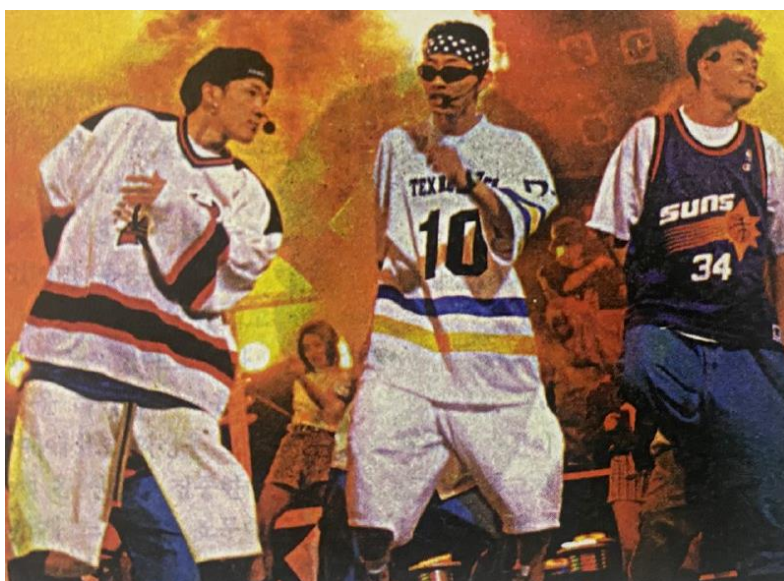


Figura 9: Trio coreana de rap DJ DOC

Fonte: 우리 옷 이천 년, 2020

Assim como o *hip hop* foi evoluindo com o passar dos anos, a moda que o representa também sofreu alterações. Em 2012 foi exibido na emissora Mnet um programa de competição voltado ao rap chamado “Show Me The Money” (figura 10). De acordo com o produtor-chefe do programa, sua intenção com o programa era de “mostrar que há mais do que só música dance de idol na Coréia”, assim como “introduzir novos artistas que fazem outros tipos de música [...] e inspirar pessoas jovens a criar músicas de rap” (The Korea Herald, 2016). O programa foi um sucesso e em sua quinta temporada (2015) o primeiro episódio televisionado teve um alcance de 1.8% de audiência, quebrando o recorde antes estabelecido na sua terceira temporada (2014) de 1.548% (Insight, 2016).



Figura 10: Top 12 da quarta temporada do *Show Me The Money*
 Fonte: Korea Post, 2020

Segundo dados disponibilizados no site Statista, marcas como Nike e Adidas tem grande influxo de venda líquida por via de e-commerce no país, alcançando 73.4 milhões (Nike) e 85.4 milhões (Adidas) de dólares americanos. Esses valores comprovam o interesse em investir ainda presente da população com tendências esportivas.

Dentre as marcas nacionais, a Nerdy (estilizada em caixa alta como NERDY) é uma das mais conhecidas dentro deste segmento. Utilizada por grandes nomes como IU, Taeyeon, Kang Daniel, membros do *TWICE*, ZICO e diversas outras celebridades, a marca tem como inspiração as ruas de Nova Iorque e o *streetwear* do local. Em 2019, NERDY realizou um concerto especial nomeado NERDY X FESTIVAL, no qual a *lineup* continha artistas conhecidos dentro da cena *underground* e rap como ZICO (figura 11), Heize e Nafla, vencedor da sétima edição do *Show Me The Money*.



Figura 11: Zico se apresentando no *NERDY X FESTIVAL*
Fonte: Twitter, 2020

No início do capítulo, foi brevemente comentado sobre como a influência do Japão introduziu ao país tanto trajes como acessórios que conhecemos hoje em dia - terno, gravata, calça socas, entre outros elementos que também compõe a alfaiataria. Tendo em vista a visita pessoal do autor no território coreano durante o primeiro semestre de 2020, foi notório que a utilização desse tipo de vestimenta ainda se mostra presente. O seu uso se tornou mais casual e é comum de vê-lo misturado com roupas do dia a dia.

Na edição de abril de 2020 da revista *Marie Claire Korea*, há uma seção no segmento *style* dedicado aos “suits for everyday” (sic), ou seja, ternos para o dia a dia. Nela, a editora Lee Seii comenta como a tendência *genderless* “reflete a atmosfera social da imagem da mulher confiante”. Há uma ênfase também no conforto e versatilidade que ela oferece. A revista segue com exemplos de looks

para ocasiões diferentes, apresentando diferentes modelagens, cores, estampas e acabamentos para as peças.

Em sua edição de junho de 2020, a revista para mulheres jovens Nylon também apresentou a tendência como elemento relevante para a moda atual. Com ternos destacados na sessão *street* pelo editor Meesoo, essa edição utilizou dos trajes formais em diversas seções. No segmento *Get The Look*, um conjunto de terno, calça social, camisa tie-dye laranja e tênis é vestido por Sik-K, rapper sul-coreano (figura 12).



Figura 12: Sik-K para a NYLON KOREA
Fonte: Joanne J Lee, 2020

No *Seoul Fashion Week* de primavera realizada em 2018, a presença desses elementos já era notória. De acordo com Sarah Mower, crítica da

Vogue.com, os trajes sociais sem gêneros foi um dos elementos mais comuns tanto nas passarelas quanto entre o público que frequentou o evento. Com referências imagéticas datadas de 2017, o fotógrafo de moda Alex Finch registrou dentre a audiência do evento algumas pessoas que utilizaram esse *look* sem sua sobriedade comumente associada (figura 13).



Figura 13: *Street Style* durante *Seoul Fashion Week*

Fonte: Vogue, 2020

Ao pesquisar em ferramentas digitais de pesquisa “onde comprar moda coreana”, um dos principais resultados é o *YesStyle.com*. A plataforma virtual junta marcas de moda de diversos países da Ásia em um só lugar, oferecendo uma vasta variedade de estilos diferentes. *YesStyle.com* declara que sua seleção passa por uma curadoria meticulosa para disponibilizar coleções de qualidade.

Com intenção de comercializar seus produtos além da Ásia, o site promove a venda internacional de variados produtos, sendo roupas um dos seus principais. O site possui uma sessão na qual podemos navegar roupas de

marcas coreanas intitulada *Korean Fashion Highlights* (Destaques da Moda Coreana).

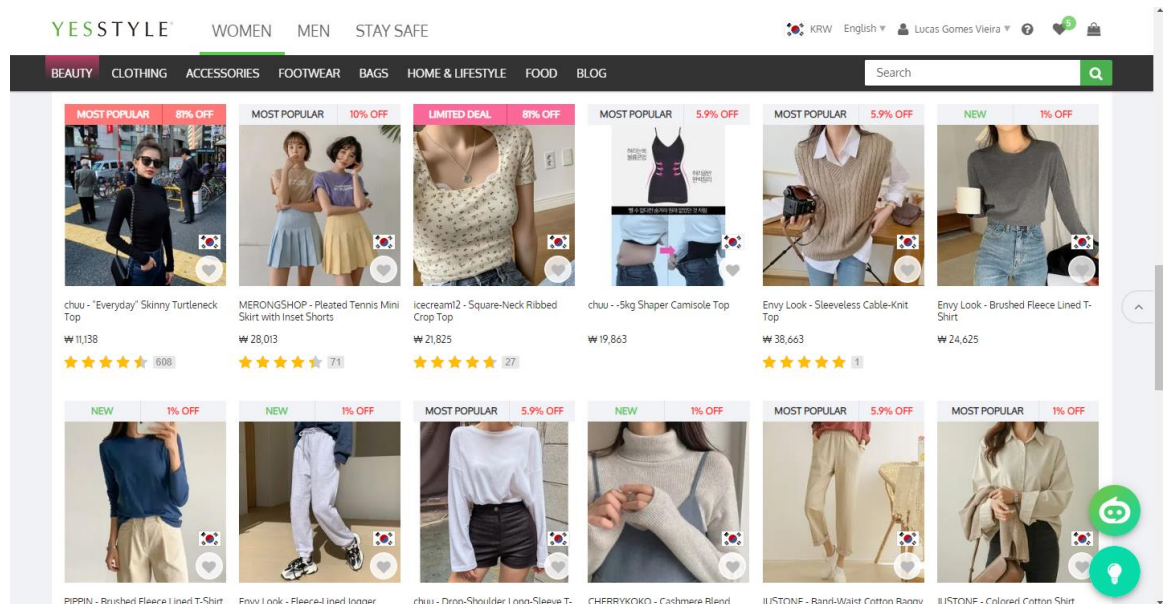


Figura 14: *Best Sellers* da YesStyle - 08/11/2020

Fonte: YesStyle, 2020

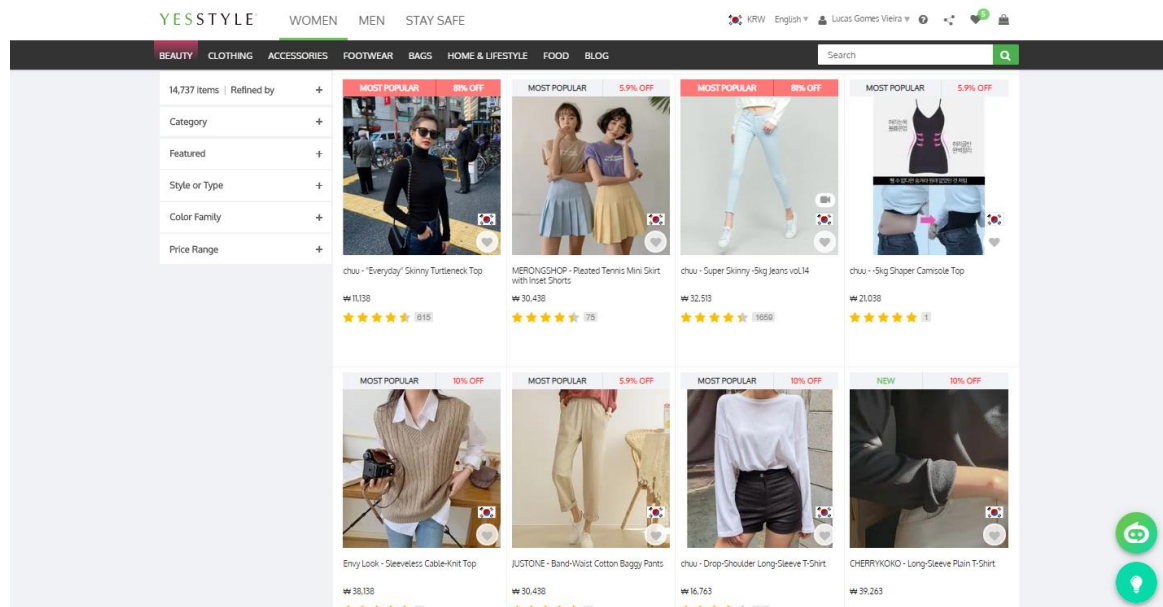


Figura 15: *Best Sellers* da YesStyle - 18/11/2020

Fonte: YesStyle, 2020

As imagens acima ilustram a categoria de *best sellers* da seção coreana do website em duas datas diferentes (figura 14 e 15). Dentre algumas similaridades, temos algumas peças que se mantiveram popular. Além disso, é perceptível dois estilos predominantes: o *skinny* que valoriza o corpo e oposto com roupas folgadas com foco no conforto. As marcas *chuu* e *Envy Look* também se mostraram predominantes na seção.

Com a introdução *Nice to meet chuu*, trocadilho com o nome da marca que se traduz para prazer em conhecê-lo, o site da marca coreana Chuu (comumente estilizada em letras minúsculas como *chuu*) apresenta uma diversa variedade de estilos em seu catálogo. “Seja você fofa, animada, orgulhosa ou sexy, se expresse.”, diz a sessão sobre a loja em seu website, frase que é diretamente refletida em seus produtos.

Ainda no site, a sessão de *best sellers* da marca (figura 16) apresenta como característica uma polaridade de estética dividida em *skinny* e *oversized*. A paleta de cores também é bem similar, com grande quantidade de tons neutros, preto e branco.

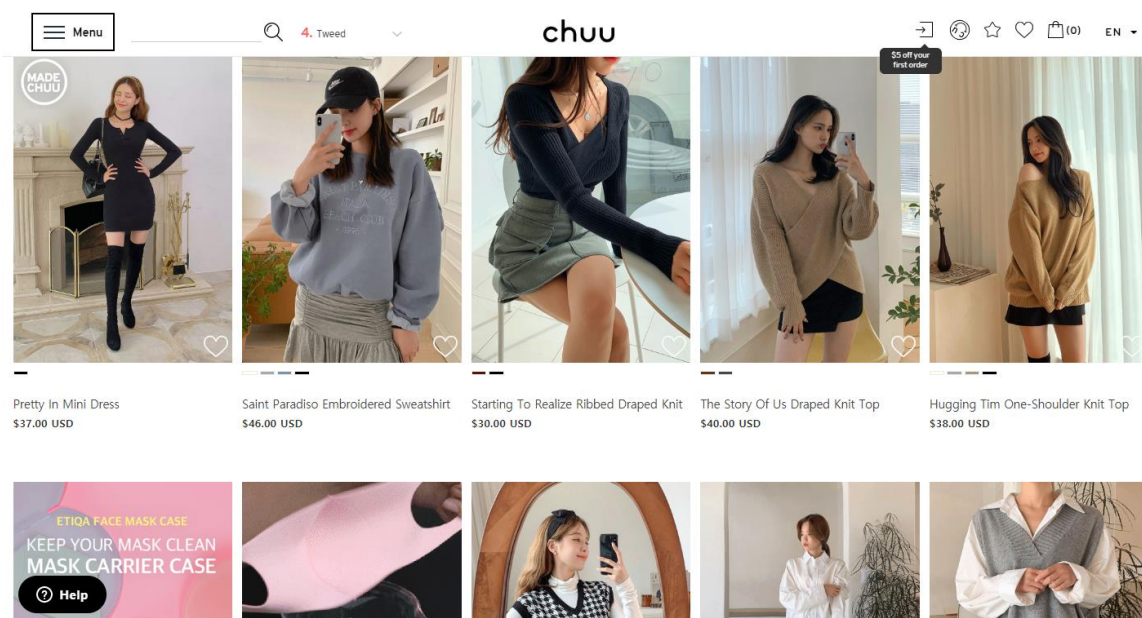


Figura 16: *Best Sellers* da *chuu*

Fonte: *chuu*, 2020

A marca também demonstra interesse em expandir seu público para além do território coreano: em seu menu, há um filtro por marcas, no qual pode ser observado nomes internacionais como *Barbie*, *Peko* e *Disney*. Esse estilo de parcerias é chamado de *co-branding*. De acordo com o site de gestão financeira Fortes Tecnologia (2020), o *co-branding* é a parceria entre duas empresas quando se é enxergado benefícios na união dos nomes.

Embora o site possa ser menos amigável para estrangeiros pela falta de tradução oficial, a marca *Envy Look* compartilha de uma interface simples e similar com a da *chuu*. Em sua sessão de *best sellers* nomeado *BEST 100* (figura 17), a marca apresenta uma cartela de cores que também é composta por tons neutros, porém as peças possuem o mesmo apelo estético: a valorização do corpo com modelagem *slim fit*.

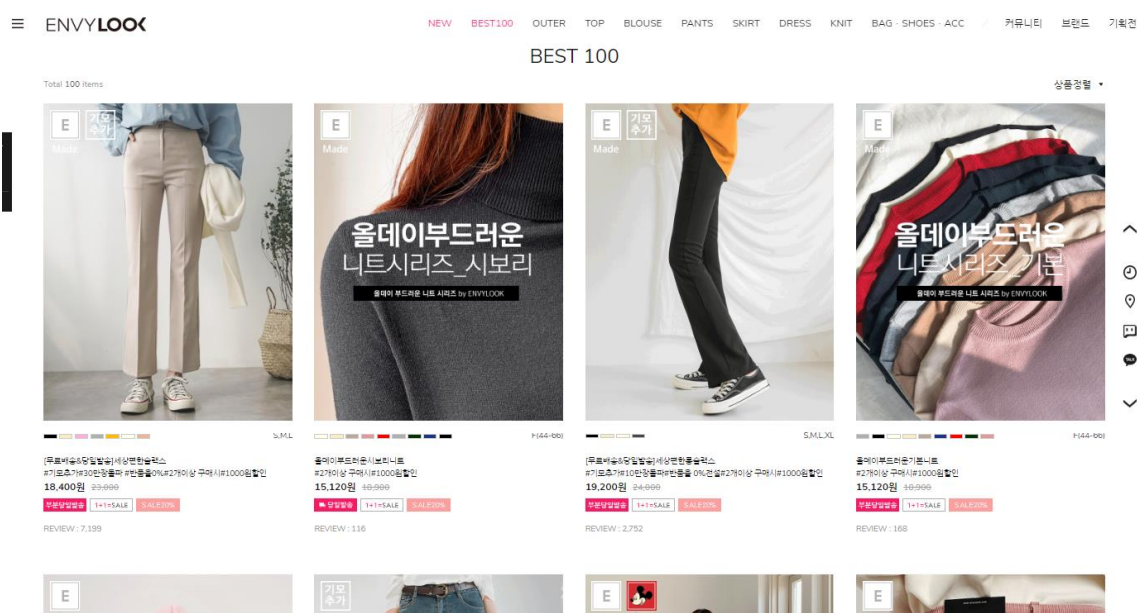


Figura 17: *BEST 100* da *Envy Look*

Fonte: *Envy Look*, 2020

Os três estilos apresentados no capítulo são alguns dos aspectos atuais da moda coreana. Eles podem ser observados entre as ruas de Seul, em revistas de moda, assim como em websites relacionados com o país citados ao longo da construção do capítulo. É importante destacar que não necessariamente eles

são encontrados isolados, e podem ser misturados para a criação de outros estilos diferentes com a utilização dos mesmos elementos.

O estudo do histórico do país foi fundamental para a construção do que pode ser definido como moda contemporânea. Por ela estar em andamento, a pesquisa foi feita com referência dos últimos anos para apontar aspectos que se repetiam e permaneceram na sociedade coreana atual.

2. Moda Coreana e seu consumo no Brasil

A moda coreana é um elemento cultural da Coreia do Sul cujo impacto ainda não se viu tão forte quanto em outros âmbitos, como a música e os dramas. Neste capítulo será introduzido como a cultura coreana chegou ao Brasil e contribuiu para moldar a percepção do brasileiro para com a moda do país em questão.

Neste capítulo será introduzido a visão do brasileiro da cultura coreana, assim como investigar a forma com a qual o mesmo vê a moda coreana. Para analisar as características prevaletentes do olhar brasileiro, foi-se aplicado uma pesquisa quantitativa por via de um questionário online através da plataforma Google Forms.

2.1. *Hallyu Wave* e o consumo de mídia coreana pelo brasileiro

Num mundo globalizado, estamos sujeitos a constantes referências externas adentrando nossa sociedade. Ao se tratar da Coreia do Sul, é possível observar os efeitos desse fenômeno na exportação e importação cultural. Como citados no capítulo anterior, Seo Taiji and Boys foi um grupo fundamental para a criação do que veio a ser denominado de K-pop e o início da *Hallyu Wave*.

O trio misturou suas referências musicais provenientes dos Estados Unidos com sua bagagem cultural sul-coreana e reinventaram a indústria musical e de entretenimento do país ao oferecer uma nova e fresca visão. Anos depois, com o surgimento de grupos como H.O.T., Sechs Kies e S.E.S., a indústria se consolida e firma-se em um sistema de produção de ídolos que é conhecida e utilizada até os dias atuais.

No site de notícias Scroll.in, Fatima Bhutto compartilhou um trecho de seu livro (BHUTTO, 2019) em que fala sobre o processo que levou Lee Soo-Man, fundador da empresa de entretenimento SM Entertainment, a repensar sua estratégia de negócio. Após quase ir à falência devido ao escândalo de drogas envolvendo o artista de sua empresa Hyun Jin Young, Soo-Man concluiu que achar e aprimorar jovens talentos não era o bastante: era necessário garantir que seus artistas fossem bem comportados e obedientes.

Com esse sistema estabelecido e após gerar prova de sua eficácia, era o momento perfeito de exportar essa faceta única da cultura do país. Como dito por Youna Kim em seu livro *South Korean Popular Culture and North Korea* (2019), o governo sul-coreano “direcionou a exportação da cultura popular midiática como a nova iniciativa econômica, uma das maiores fontes de renda externa essenciais para a sobrevivência e avanço econômico do país” (apud Ro, 2020).

Uma das medidas tomadas para a disseminação da mídia de entretenimento e cultura sul-coreana foi feita através do estabelecimento de relações diplomáticas com a China feito em 1992. Segundo o Korea.net, foi através da exibição do drama coreano *What is Love?* e da reprodução de músicas coreanas - com destaque para o grupo *H.O.T.* - em rádios chinesas que sua popularidade se solidificou, assim dando início a crescente divulgação de elementos da cultura coreana internacionalmente. Na China, esse fenômeno foi nomeado *Hallyu*, termo que representa a “onda coreana” conquistando diferentes países.

Ao passar dos anos, a exportação dessa cultura se manteve forte. Victoria James, escritora da revista britânica *News Statesman*, publicou em 2005 uma observação sobre o crescimento do estilo coreano compreendido no mundo oriental. Nele, a autora afirma que após a longa tensão no século XX entre Japão e Coréia, japoneses passam a demonstrar interesse pelo país vizinho. Ao decorrer dos anos, esse impacto se estendeu, passando a alcançar o mundo ocidental. De acordo com um relatório de final do ano feito pela Korean Foundation (2020), o número de fãs da *Hallyu Wave* chegou a 99.32 milhões mundialmente em 2019, aumento de 11% a quantia informada no ano anterior (apud KIM, 2020). Desse número, cerca de 12 milhões são referentes das Américas.

Em julho de 2012, o vídeo musical de Gangnam Style, interpretada pelo cantor e rapper coreano Psy (figura 18), foi publicada no Youtube. Cinco meses

depois, o vídeo atingiu o alcance inédito de um bilhão de visualizações mundiais² e, para muitos, foi o primeiro contato com a cultura coreana. Mas esse não foi o primeiro momento em que o estilo musical encontrava a população brasileira de forma significativa. Um ano antes, a empresa *Cube Entertainment* realizou um festival em São Paulo³ aonde foi reunido seus artistas para apresentar suas músicas em frente ao público de 4 mil pessoas.



Figura 18: *Psy em Gangnam Style*
Fonte: Tecmundo, 2020

Outro momento marcante foi em 2014, quando a emissora coreana KBS trouxe seu programa *Music Bank* para uma edição especial no Rio de Janeiro⁴. Em 2019, o *boy group* BTS - creditados pela CNN como os maiores do mundo⁵ - realizou em São Paulo uma parada de sua *tour* internacional *Love Yourself: Speak Yourself Tour*. O grupo reuniu no Allianz Parque um quantitativo de 70 mil pessoas⁶ de diversos lugares do Brasil para os assistirem ao vivo. Do inicial 4 mil de 2011 para a incrível quantidade de 70 mil, é claro observar o crescimento do interesse do brasileiro pela cultura coreana.

² “Gangnam Style” becomes the first YouTube video to reach one billion views. **History**. 2012.

³ MACHADO, Livia. Playback, rebolado e histeria marcam festival de k-pop no Brasil. **G1**, 2011.

⁴ MUSIC BANK BRASIL TRAZ ÍDOLOS DO K-POP AO BRASIL. **Vírgula**. 2014.

⁵ HOLLINGSWORTH, Julia. How a boy band from South Korea became the biggest in the world. CNN, 2019

⁶ NUNES, Naira. “Lembro do nosso 1º show no Brasil, cerca de 2 mil pessoas. A paixão do Brasil é diferente de todas as outras do mundo.” BTS sobre show para mais de 70 mil pessoas. KoreaIN, 2019.

2.2. Questionário: Identificação do Público Alvo

Com o propósito de investigar o perfil do público alvo, seus gostos e interesses, uma pesquisa quantitativa (GIL, 2006) no formato virtual foi aplicada através da plataforma *Google Forms* no dia 17 de novembro de 2020. A mesma foi propagada por via de compartilhamento do seu link em redes sociais e grupos em relacionados a cultura leste-asiática (Cota Asiática e ETHEREA, grupos de Facebook). Foi-se obtido um total de 260 respostas até 18 de novembro de 2020, as quais foram analisadas para compreender as referências principais do brasileiro. É esperado que a partir dos resultados seja possível desenvolver uma coleção-cápsula mais relevante para esse possível consumidor.

A primeira pergunta teve como objetivo identificar a faixa etária do grupo que demonstra interesse nesta cultura. Os resultados obtidos (figura 17) foram de acordo com o esperado, em que os consumidores desta cultura são majoritariamente adolescentes na faixa dos 16 aos 20 anos (45.8%) e jovens adultos entre os 21 aos 25 anos (44.2%). Adultos com mais de 26 anos e crianças e pré-adolescentes com menos de 15 representaram a pequena parcela de 10% das respostas

Na pergunta seguinte (figura 18), a maioria dos participantes (77.3%) se identificou como mulher, perfazendo um total de 201 pessoas. Logo após, 51 se identificou como homem (19.6%) e 8 participantes (3,1%) responderam que não se encaixam entre esses gêneros, com respostas como andrógino e não binário.

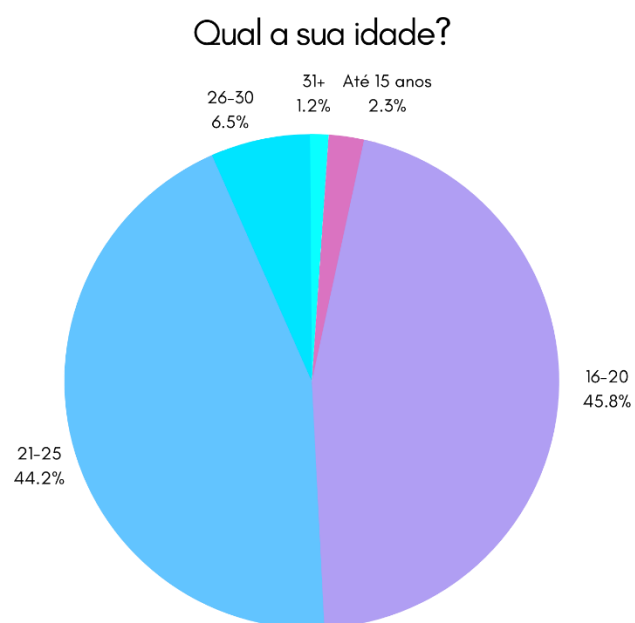


Figura 17: Gráfico - Idade
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

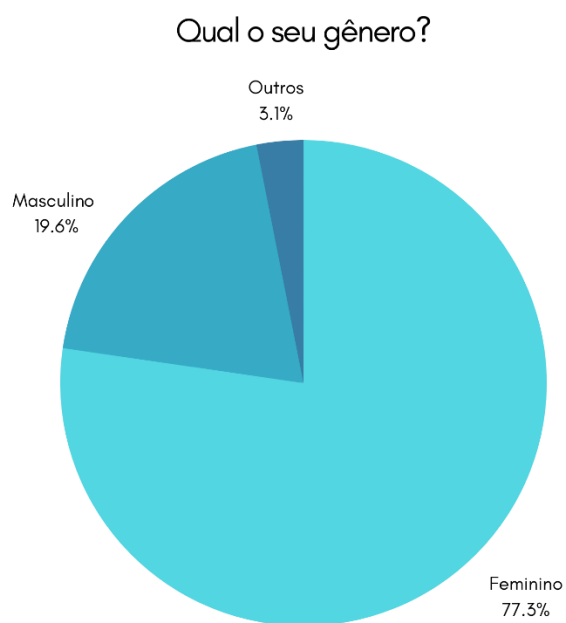


Figura 18: Gráfico - Gênero
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Você conhece a cultura coreana?

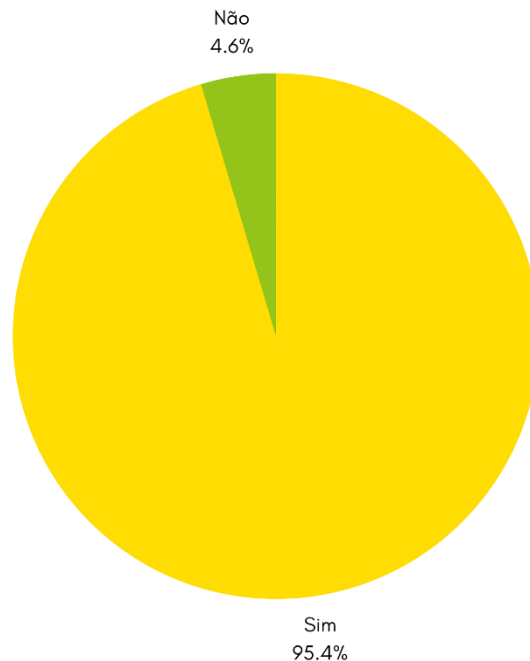


Figura 19: Gráfico – Cultura 1
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Dentre as 248 pessoas que afirmaram conhecer a cultura coreana, 211 declararam que sua apresentação a mesma foi através do K-Pop, compondo a vasta maioria dentre as opções. As perguntas que seguiram foram relacionadas ao tempo dedicado e forma como pesquisam sobre cultura coreana. Os resultados principais em quesito de tempo (figura 21) se mostram de forma casual, com 37.3% declarando buscar um pouco se manter informado na cultura coreana e 27.7% com frequência. Ao serem perguntados sobre os tipos de conteúdo coreanos que consomem (figura 22), a música (85,5%), os dramas e filmes (73.8%) e a moda (56.2%) foram as principais formas respondidas. Essa pergunta foi aberta para múltipla escolha para evitar a restrição dos participantes. Os resultados apresentam dados imprescindíveis para a compreensão das respostas obtidas no questionário ao serem indagados suas visões sobre moda coreana, uma vez que há a possibilidade da mídia consumida trazer influências nessas respostas.

Você busca se manter informado na cultura coreana?

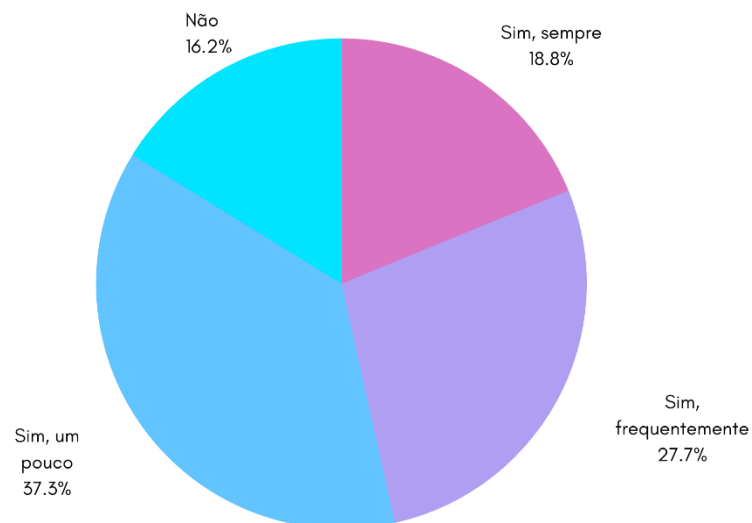


Figura 20: Gráfico – Cultura 2
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Caso sim, como foi apresentado a ela?

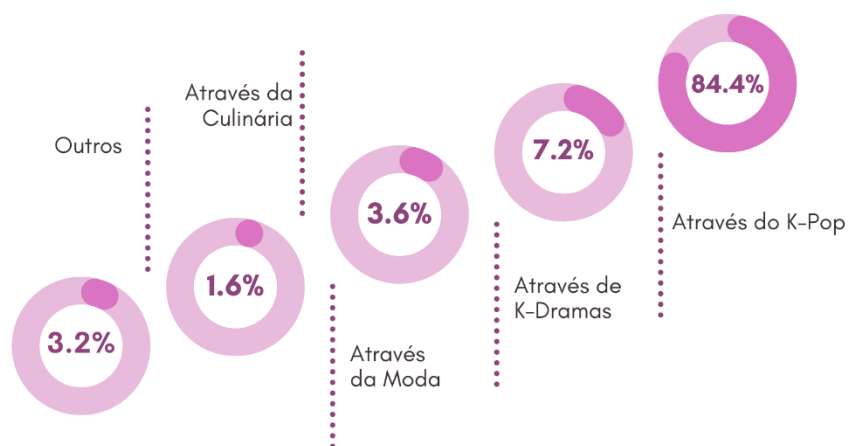


Figura 21: Gráfico – Cultura 3
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Que tipo de conteúdo coreano você consome?

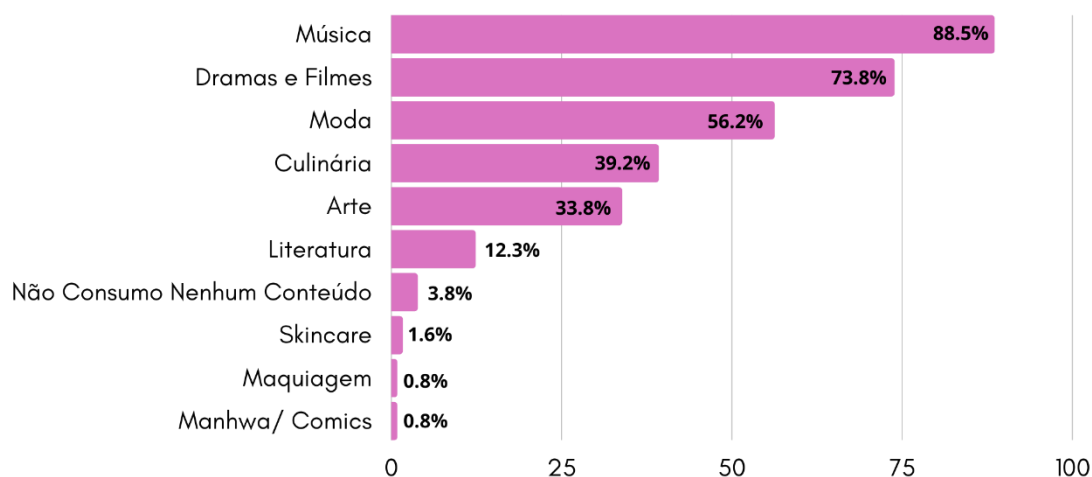


Figura 22: Gráfico – Conteúdo consumido

Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

2.3. A percepção do brasileiro a respeito da moda coreana

A segunda parte do questionário consistiu em questionamentos acerca da moda coreana. Ao cruzar os resultados com os dados levantados e material pesquisado no tópico 2.1 e no primeiro capítulo, foi possível realizar uma análise a fim de compreender o motivo por trás de suas escolhas no questionário.

O que compõe a imagem de moda coreana para você?

260 respostas

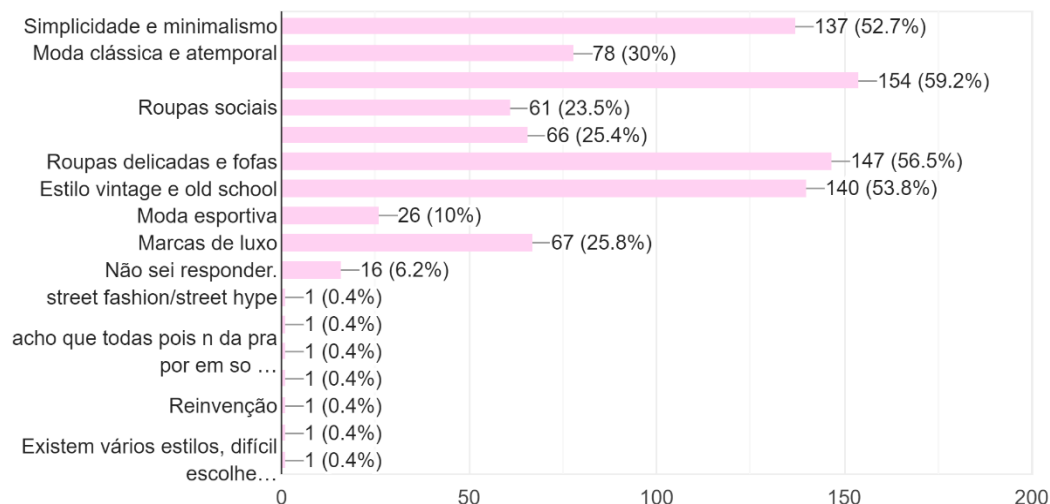


Figura 23: Gráfico – Moda 1
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Como dito anteriormente, as principais formas de consumo de conteúdo coreano foram a partir da música e dramas/filmes. Com isso, as referências visuais obtidas através delas pode ser um fator que auxilia a moldar a imagem do que é moda coreana construída para essa parcela. “Peças *oversized* e confortáveis” assim como “simplicidade e minimalismo”, duas das características mais votadas (154 e 137 votos), podem ser vistas em diversos dramas que possuem temática mais jovial, como em *Itaewon Class* (2020), *Strong Woman Do Bong Soon* (2017) e *My ID is Gangnam Beauty* (2018) (figura 24).



Figura 24: Cast de *Itaewon Class*
Fonte: *Dryed Mangoez*, 2020

Em segundo lugar dentre as características mais escolhidas temos “roupas delicadas e fofas”. Como abordado no capítulo 1.2., os produtos coreanos comercializados internacionalmente que vendem tem um estilo *cute*. De acordo com Thais Lima de Oliveira, peças como vestidos, *bow blouses* e saias com anáguas são comumente utilizadas para a representação do chamado *romantic look*.

Esse *romantic look* é descrito como fantasioso, e ele é usado para enfatizar a feminilidade, inocência, assim como criar uma atmosfera leve e calorosa. O visual é muito utilizado como forma de enfatizar conceitos fofos comumente performados por *girl groups* como *Gfriend*, *April*, *Apink* e *Oh My Girl* (figura 25). Em dramas, o estilo é mais utilizado quando o tema principal é voltado em romance. Dentre alguns exemplos, temos: *Memories of the Alhambra* (2018), *It's Okay to Not Be Okay* (2020) e *Crash Landing on You* (2019).



Figura 25: Oh My Girl
Fonte: Vogue KR, 2020

Posicionado em terceiro lugar, “estilo vintage e *old school*” foi escolhida por 140 pessoas como característica marcante no vestuário coreano. O estilo *old school* faz referência a moda originada na década de 70 e 80. Uma das maiores referências atuais para estética *old school* é a série original do Netflix chamada *Stranger Things* (figura 26). Situada nos anos 80, a Netflix revelou através de um tweet⁷ que a terceira temporada da série quebrou recordes ao acumular mais de 40 milhões de telespectadores com apenas 4 dias de lançamento.

⁷ Netflix. Twitter, 2019. Disponível em:
<<https://twitter.com/netflix/status/1148359444188712960?s=20>>. Acesso em 26 Maio 2021.



Figura 26: Elenco de *Stranger Things*
Fonte: Veja, 2020

Na Coréia, essa influência é perceptível por via da grande quantidade de lojas e brechós vintage em funcionamento, além dos “*airport looks*”: roupas utilizadas pelos *idols*, cantores e atores no aeroporto. Por ser um estilo mais casual e confortável, mas que apresenta uma estética interessante para as câmeras, é comum ver fotos de celebridades dentro desse estilo ao deixar seus voos. Esse resgate de elementos oitentistas também se mostrou forte no ano de 2020 através dos lançamentos musicais. No lado ocidental, tivemos grandes lançamentos por artistas como Dua Lipa, *The Weeknd* e Harry Styles; no k-pop, grandes nomes da indústria como *Twice*, Sunmi e Baekhyun utilizaram de referências do *city pop*⁸ em seus lançamentos. A moda vintage (figura 27) também foi retratada no *streetwear* ao ser abordada por diversas revistas⁹.

⁸ Estilo musical originado no Japão com influências de R&B e Jazz. Pitchfork, 2021.

⁹ NYLON KOREA March 2020, Marie Claire Korea April 2020, Elle Korea February 2020.



Figura 27: Sunwoo e New (*THE BOYZ*) andando na rua
Fonte: Twitter, 2020

Na pesquisa, foi adicionado perguntas com o intuito de trazer uma maior reflexão sobre o tema através de respostas discursivas. As perguntas “Com suas palavras, como você descreveria a moda coreana?” e “O que você mais gosta da moda coreana?” tiveram como finalidade obter respostas mais pessoais, não influenciada e/ou limitada pelas opções disponibilizadas pelo autor.

Dentre as 164 respostas recebidas, tornou-se evidente que palavras como chique, elegante e sofisticadas são adjetivos comuns para a descrição de moda coreana. Essas características são normalmente associadas com looks de moda social, mas apenas 23.5% dos participantes marcaram a mesma como opção na questão múltipla escolha que a antecede. Outra característica mencionada foi moderna, conectando-se com a simplicidade e minimalismo abordado anteriormente.

Tanto na primeira quanto na segunda perguntas discursivas, houve uma grande quantidade de resposta citando a versatilidade da moda coreana. Ao considerar que os quatro estilos distintos debatidos receberam voto de mais de 50% dos participantes, é claro entender o motivo do seu uso.

Na pergunta “Você conhece alguma marca ou designer coreano?” (figura 28), a maioria respondeu que não. Dentre as 50 respostas afirmativas, 11 delas citaram a designer Minju Kim dentre designers/marcas conhecidas. Uma das pessoas que responderam apontou como veio a conhecer seu trabalho: através de sua participação no *reality* original do Netflix chamado *Next In Fashion*.

Você conhece alguma marca ou designer coreano?

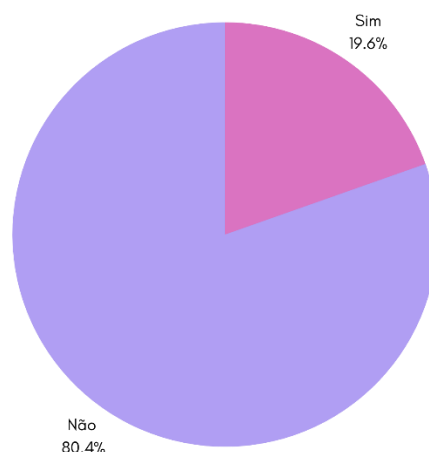


Figura 28: Gráfico – Designer 1
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

Das 260 pessoas que participaram do questionário (figura 29), apenas 5 declararam que não tem interesse em conhecer marcas e designers coreanos, explicitando o interesse pela moda coreana. Na pergunta a qual questionava sobre marcas brasileiras com estilo coreano, foi-se declarado de forma quase hegemônica que não.

Caso não, gostaria de conhecer?

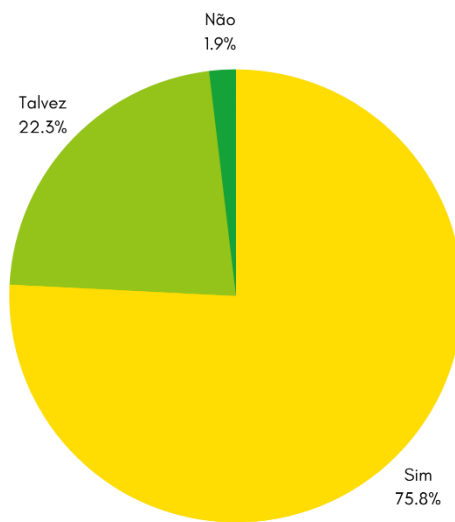


Figura 29: Gráfico – Designer 2
Fonte: Elaborado pelo autor, 2020

O resultado obtido com as respostas do questionário estava de acordo com a expectativa gerada devido aos anos em que eu estive envolvido em grupos com foco na cultura asiática. As respostas mostraram que o brasileiro associa a indumentária do que é visto através do material que o mesmo consome. É importante ressaltar, também, como a maior parte dos participantes se mostraram abertos ao consumo da moda coreana.

3. Idealização de Coleção Cápsula

A partir do estudo da indumentária coreana através do século apresentado no primeiro capítulo, uma coleção cápsula¹⁰ foi desenvolvida sem fins comerciais, desvinculada de marcas. A coleção tem como principal propósito apresentar aspectos explorados na pesquisa de indumentária realizada de forma visual. O questionário aplicado no segundo capítulo serviu como um guia para direcionar os aspectos técnicos e estética geral da coleção. Por totalizarem o maior percentual das respostas, a coleção será desenvolvida visando mulheres jovem adultas (77,3% e 90%, respectivamente).

Para a definição do tema da coleção, o autor definiu como critérios para delimitação: as peças devem se encaixar nas principais expectativas do seu público alvo; ser algo presente e real no histórico de vestuário sul-coreano; ser uma tendência atual.

Dentre os resultados obtidos na pesquisa de público, a estética minimalista e *oversized* foram aspectos únicos constatados na observação *in loco* analisada na capital da Coréia do Sul durante o período de fevereiro até julho de 2020.

A plataforma de estudos comportamentais WGSN (previamente chamado de *Worth Global Style Network*) teve um total de 62 artigos publicados durante 2021 com a tendência chamada Y2K¹¹ e a rede social TikTok já consta com quase 6 bilhões de visualizações em conteúdos relacionados, provando a popularidade dessa estética marcada por elementos como cores marcantes, cintura baixa e cortes diferentes em suas modelagens (Trotman, 2021). A estética provinda dos anos 90 também se mostrou relevante, apresentando 35 resultados para matérias publicadas pelo WGSN.

¹⁰ Coleção-cápsula é uma coleção com quantidade de peças menor do que uma coleção tradicional, geralmente utilizada como lançamento entre coleções maiores (Audaces, 2020)

¹¹ *Year Two Thousand*, do inglês Anos Dois Mil

Nesse contexto, o tema final foi definido como moda e cultura popular da década de 90 e anos 2000, o que convém com o alto índice percentual, isto é, 53,8% de pessoas que identificaram moda vintage como representação da moda coreana.

3.1. Moodboards

Para auxiliar os estudos iniciais e desenvolvimento da coleção final, 3 *moodboards* foram inicialmente elaborados: um para a moda coreana (figura 30), um para a mídia internacional (moda, artistas, filmes, séries, etc.) (figura 31) e um para a mídia coreana (figura 32). Esses *moodboards* serviram como base para seleção de elementos da coleção como modelagem, acabamentos e paleta de cores.



Figura 30: *Moodboard* – Moda Coreana

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021



Figura 31: Moodboard – Mídia Coreana

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021



Figura 32: Moodboard – Mídia Internacional

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

Ao longo do processo de elaboração desenho e desenvolvimento da coleção, foi perceptível uma necessidade de acrescentar mais elementos que diferenciem a moda coreana da demais, o que resultou num quarto *moodboard* (figura 33). Como o traje tradicional coreano hanbok tem um estilo único do país, ele foi escolhido como representante de características coreanas para serem acrescentadas nas peças desenvolvidas.



Figura 33: *Moodboard* – Hanbok
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

3.2. Estudos

Após o desenvolvimento dos *moodboards*, foi realizada uma série de esboços das modelagens presentes nas imagens e estudos prévios sobre a vestimenta da Coreia do Sul, assim como propôs outras versões plausíveis de existir na época. Esse estudo teve como principal objetivo explorar ideias e identificar possíveis materiais, tecidos e aviamentos necessários para a confecção da coleção nomeada **키즈** kidZ.

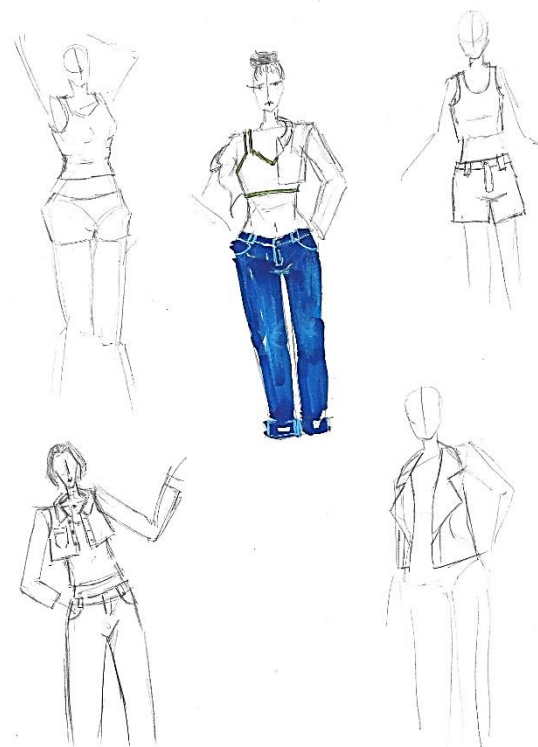


Figura 34: Esboços de Estudo I
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

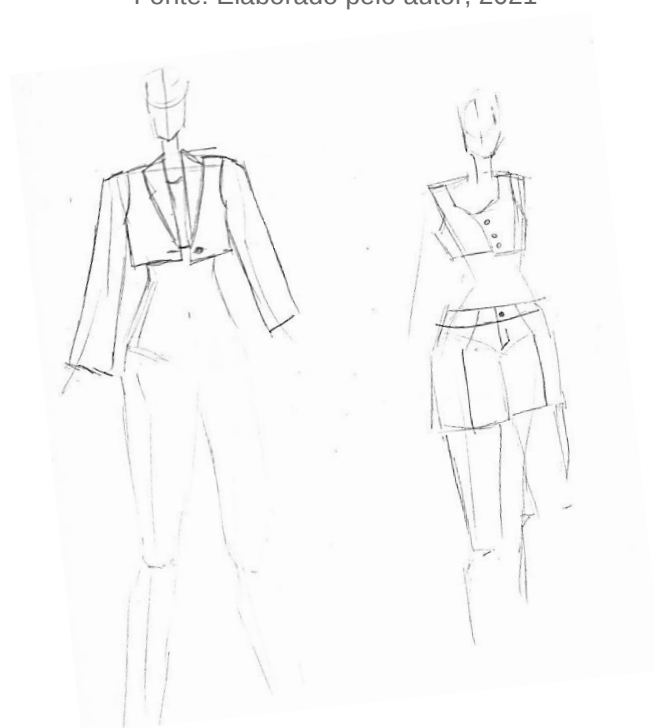


Figura 35: Esboços de Estudo II
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

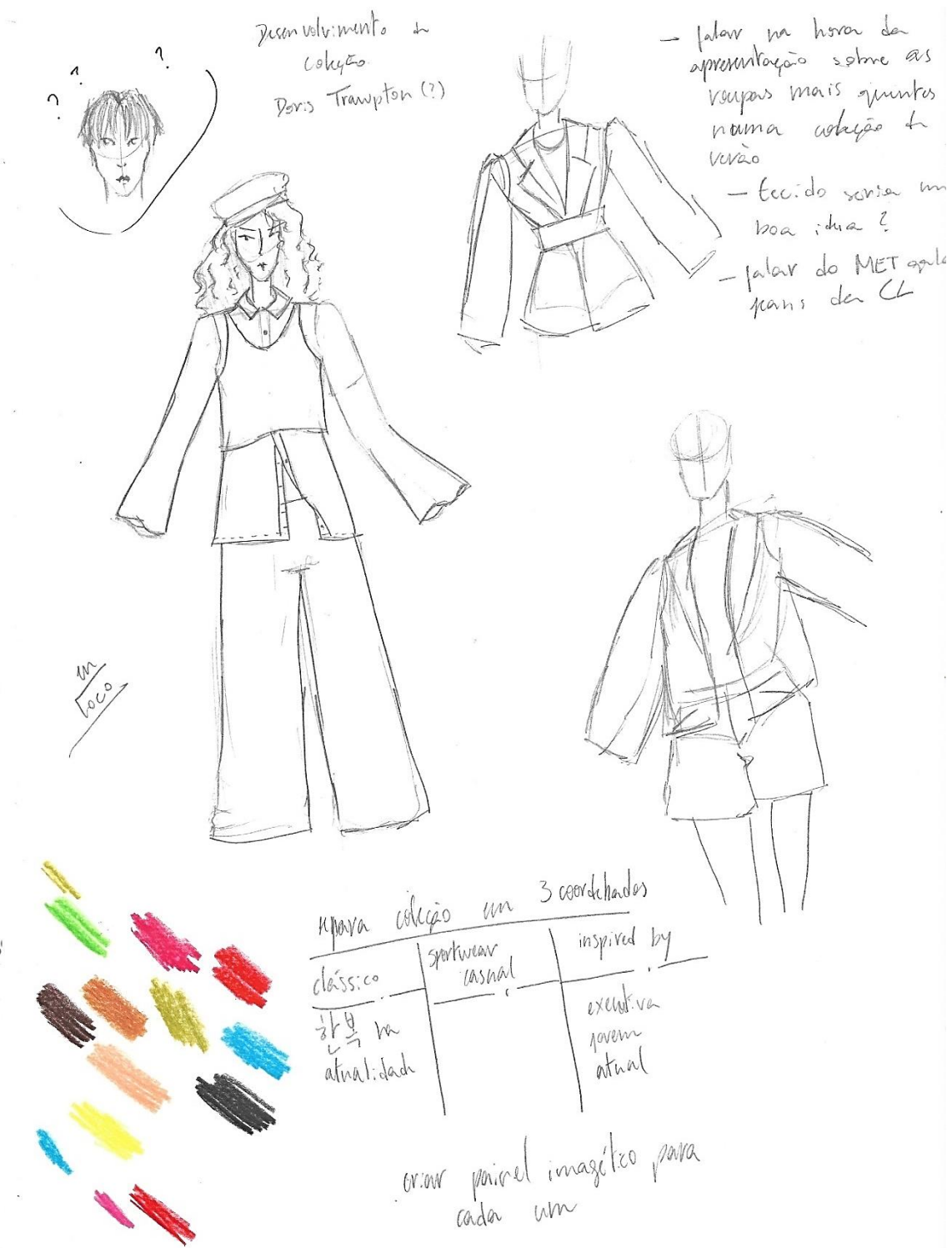


Figura 36: Esboços de Estudo III
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

Os estudos acima (figuras 34, 35 e 36) principalmente como um direcionamento para a coleção. Foram produzidos 8 looks inspirados no material

já construído, mas foi observado uma contenção de liberdade artística neles. Como a intenção era de trazer mais da realidade, o autor se prendeu a modelagens e acabamentos fiéis a época. A figura 37 representa os croquis que sofreram mudanças, com a regata rosa sendo posteriormente descartada.



Figura 37: Croquis posteriormente modificados
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

Para trazer originalidade, a coleção foi reorganizada em conceitos de **realidade** e de **releituras**. A sessão de **realidade** é baseada nas roupas comuns e estilos predominantes nos anos 90 e 2000, enquanto as **releituras** é fruto de

um conjunto de referências, possibilitando a execução de novas ideias. Com essa reestruturação, foi desenvolvido mais dois estudos: uma com análise de elementos presente em algumas fotos selecionadas a partir de um banco de imagens (figura 38) e outro em cima das roupas já desenvolvidas para a coleção. Cabe destacar que foi necessário formas obtidas neste painel imagético.



Figura 38: Estudo de formas
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

A criação desse painel imagético resultou em referências que foram incrementadas ao revisar a coleção. Dentre alguns elementos, temos a saia plissada, a gola cruzada e principalmente o nó coreano feito no cinto de tecido, conhecido em coreano como 옷고름 (otkorum). Com esse processo criativo, além da revisão de peças já existentes, uma nova peça foi criada para substituir o look esportivo (sétimo croqui) apresentado na figura 39.



Figura 39: Revisão da coleção
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

3.3. Cartelas

Com os croquis prontos, foram feitas quatro cartelas para o desenvolvimento da coleção: de cores, tecidos, estampas e aviamentos. A cartela de cores foi originada dos *moodboards* apresentados, com algumas de suas cores adaptadas. A cartela de tecidos foi montada para relacionar com os tecidos utilizados durante a limitação temporal estipulada pelo tema. A cartela de estampas foi gerada a partir das referências utilizadas nos *moodboards*. Por fim, a cartela de aviamentos foi composta com base nas peças e a necessidade que cada uma apresentava.

3.3.1. Cores

Para definir as cores da cartela da coleção, foi feito uma análise de cores presentes nos três *moodboards* iniciais apresentados. A partir delas, cores predominantes foram extraídas das imagens através da ferramenta de conta gotas do *software* Adobe Photoshop, como destacado na figura 40.



Figura 40: Seleção de cores
 Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

De acordo com as observações feitas durante a estadia na Coréia e visitas em diversas regiões da capital de Seul como Hongdae, Itaewon, Gangnam e Sillim, as cores neutras como preto, branco, cinzas, beges e tons escuros de azuis é uma constante na moda coreana, se provando elemento necessário. As cores mais vibrantes geradas pelo *moodboard* 2 e 3, embora não característico do que é normalmente visto, foram escolhidas como novas apostas. Por ter cores

similares, algumas delas foram eliminadas. Após a seleção, foi escolhido cores parecidas presentes na cartela disponível do Pantone Têxtil (PTX).

A cartela final possui 5 cores neutras e 5 cores vibrantes, com diferentes níveis de saturações e luminosidade, conforme é apresentado na figura 41. O nome de cada cor faz referência a músicas e artistas coreanos: EXO, NCT, Red Velvet, BoA, LOONA, LAYBACKSOUND, Everglow, HA:TFELT, e C.IX.

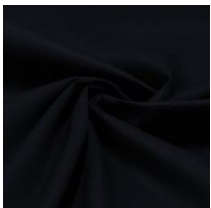


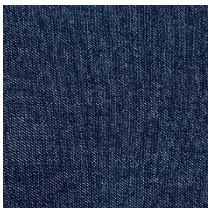
Figura 41: Cartela de cores
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

3.3.2. Tecidos

Dentro alguns dos tecidos mais utilizados pela indumentária coreana, o algodão é um dos mais constantes durante sua história e por isso ele também é o material que mais aparece nas peças, como na malha penteada, na tricoline e no jeans. O uso de linho e viscose na coleção não só são para combinar com o caimento das peças, mas também formas de adaptar alguns tecidos mais pesados para a temperatura brasileira. Para servir de representação da chima do hanbok, o crepe GGT foi escolhido como a opção mais econômica da seda. Algumas peças pontuais tem alguns diferenciais como a utilização de lã acrílica e beneficiamentos. Caso a coleção desenvolvida seja executada com fins comerciais, se tornaria necessário adaptar alguns tecidos por questões de custo. Embora ela tenha sido projetada com a intenção de permanecer fiel a indumentária da Coreia do Sul, a variedade de tecidos se tornaria um fator prejudicial ao custo total de sua produção.

	Tecido: Linho
	Composição: 55% Linho, 45% Viscose
	Fornecedor: Sagrol Tecidos
	Código de Referência: T01

	Tecido: Tricoline
	Composição: 100% Algodão
	Fornecedor: Catex Tecidos
	Código de Referência: T02

	Tecido: Jeans
	Composição: 100% Algodão
	Fornecedor: Sagrol Tecidos
	Código de Referência: T03

	Tecido: Malha Penteada
	Composição: 100% Algodão
	Fornecedor: Copat Malhas
	Código de Referência: T04

	Tecido: Viscose
	Composição: 100% Viscose
	Fornecedor: Catex Tecidos
	Código de Referência: T05

	Tecido: Lã Acrílica
	Composição: 100% Poliéster
	Fornecedor: Maximus Tecidos
	Código de Referência: T06

	Tecido: Crepe GGT
	Composição: 100% Poliéster
	Fornecedor: Mittus Tecidos
	Código de Referência: T07

	Tecido: Forro de Viscose
	Composição: 100% Poliéster
	Fornecedor: Maximus Tecidos
	Código de Referência: T08

3.3.3. Estampa

Quando se trata de estampa, foi observado *in loco* durante o primeiro semestre de 2020 que a grande maioria das roupas vistas nas ruas e em vitrines eram tecidos lisos e apenas com cores sólidas, isto é, tecidos com uma única cor e sem estampas.

Uma análise das passarelas das coleções primavera/verão de 2022 feita por Polly Walters e Morgan Spaulding para a plataforma WGSN, é constatado que houve um crescimento de 10% de tecidos lisos, o que reforça a tendência. A mesma pesquisa também relata que dentre os tecidos estampados, houve um crescimento de 25% nas listras. Por fazer parte da estética idealizada para a coleção, foi criada uma única estampa listrada com uma variação de cor inspirada nas estampas encontradas nos *moodboards* apresentados. A estampa principal (figura 42) foi intitulada Strawberry e sua variação (figura 43) Cake.



Figura 42: Estampa I - Strawberry
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

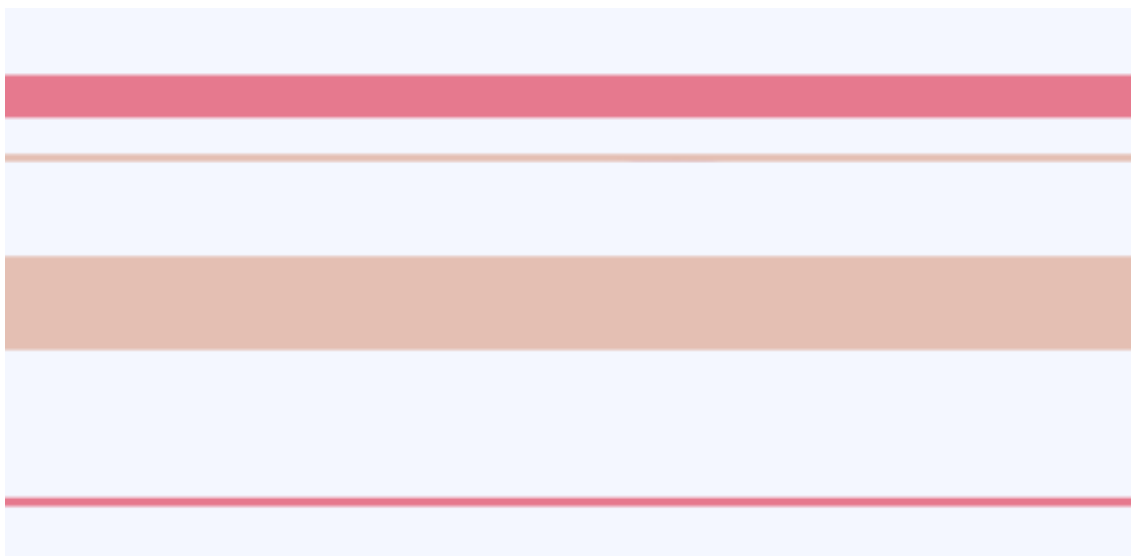


Figura 43: Estampa II – Variação Cake
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

Com a mesmas cores de listras, a estampa foi feita pelo Adobe Photoshop baseado no peso de cada cor ao contrastar com o fundo. A ferramenta de retângulo foi utilizada para trazer variações para a linha a partir da cor do fundo.

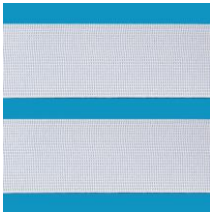
3.3.4. Aviamentos

	Objeto: Argola de Metal Prata 40mm
	Fornecedor: Overlock Armarinho
	Código de Referência: A01

	Objeto: Botão de Plástico
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A02

	Objeto: Botão de Pressão
	Fornecedor: Roma Aviamentos
	Código de Referência: A03

	Objeto: Elástico Fino 15mm
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A04

	Objeto: Elástico Grosso 30mm
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A05

	Objeto: Linha de Costura
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A06

	Objeto: Zíper Destacável
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A07

	Objeto: Zíper Invisível
	Fornecedor: Caçula
	Código de Referência: A08

4. Coleção kidZ

A pesquisa realizada durante o processo criativo culminou na Cool Kids, estilizada como  kidZ, coleção que visita os anos 90 e 2000 e traz uma nova perspectiva de suas modelagens banhada na nostalgia sem deixar o futuro da moda feminina de lado. Idealizada para o verão brasileiro de 2022, as peças foram projetadas para trazer leveza e um certo frescor, com tecidos selecionados para atender a questão climática brasileira. O seu nome estilizado mistura o termo *cool* de sua forma escrita em coreano com a grafia maiúscula do Z ao final de kids, substituindo a letra s para simbolizar os jovens da geração Z¹², público alvo da coleção.

4.1. Medidas

Por seu viés ilustrativo, a coleção foi planejada sem uma tabela de medida, com suas peças realizadas sob medida. A sua construção veio ao definir a modelo que participou na confecção do editorial. As suas medidas foram tiradas para acomodar as roupas em seu corpo, a qual será a base do protótipo. Caso venha a ser adaptada para consumo comercial do público alvo, a tabela seria adaptada com base no padrão de tamanhos estabelecido pela ABNT.

4.2. Mix de Produtos

O mix de produtos foi definido de acordo com o estudo de indumentária e público feito ao longo do projeto. Para as peças mais associadas com temperatura fria como camisetas de manga receberam recortes em suas modelagens para serem melhor utilizadas.

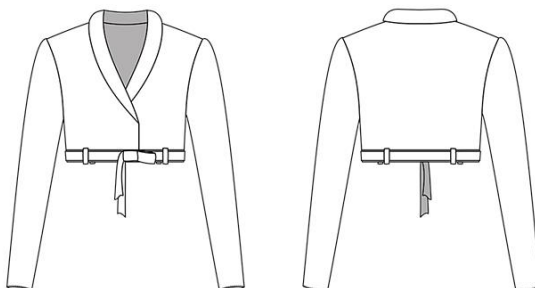
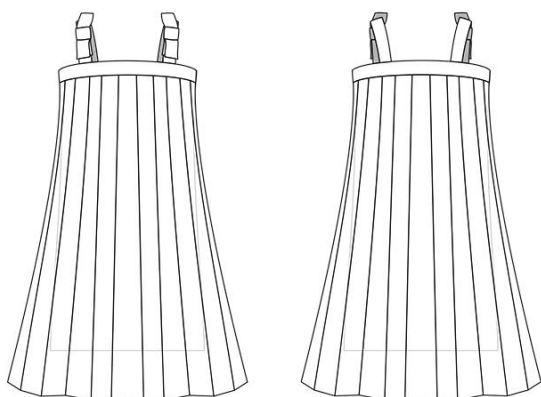
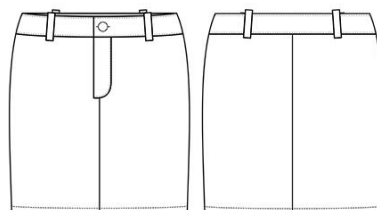
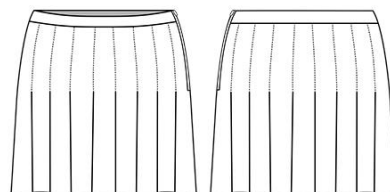
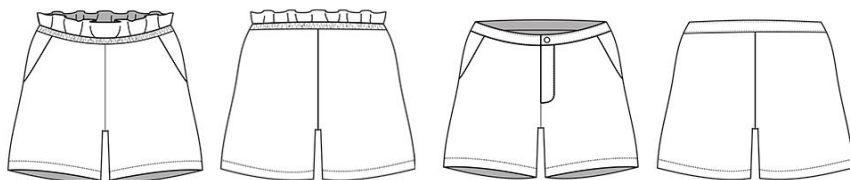
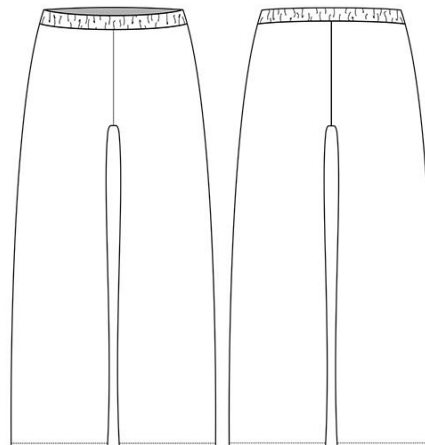
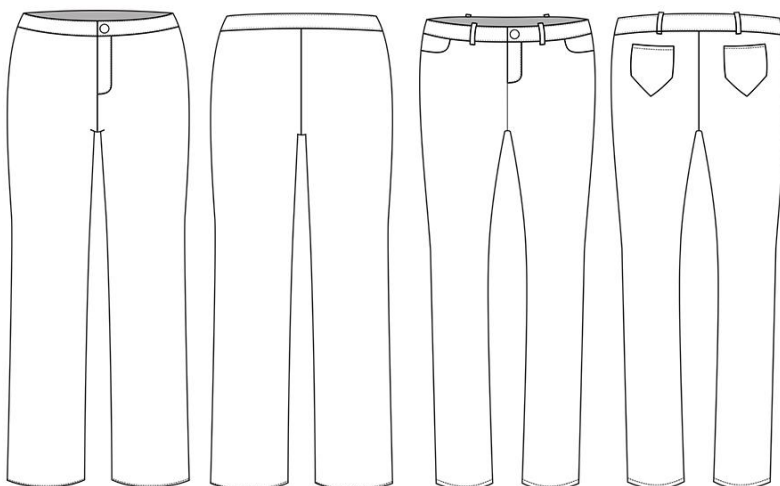
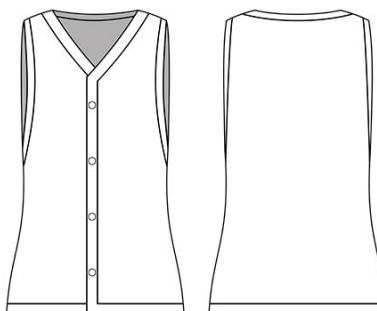
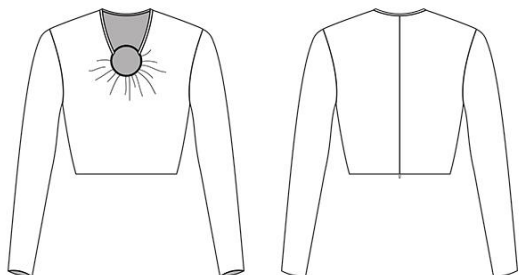
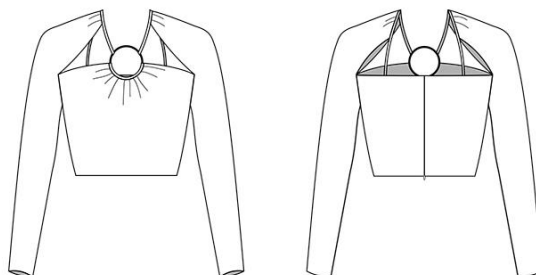
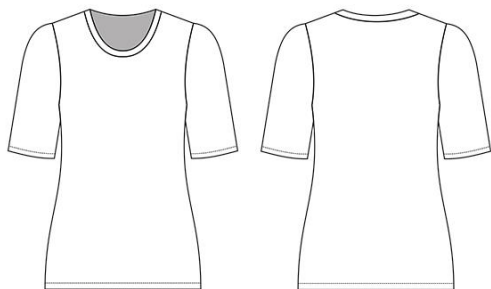
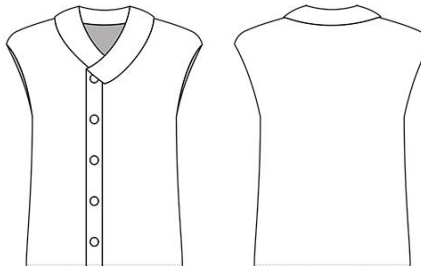
As 16 peças da coleção foram separadas entre 4 categorias, com 7 tops, 7 bottoms, 1 inteira e 1 overtop. Os tops e bottoms foram então entre os modelos

¹² Entende-se que geração Z ou simplesmente *Gen Z* corresponde a geração de pessoas que nasceram no ano de ou depois de 1997 (DIMOCK, 2017)

existentes. Segue abaixo a quantificação dos produtos desenvolvidos para a coleção  kidZ:

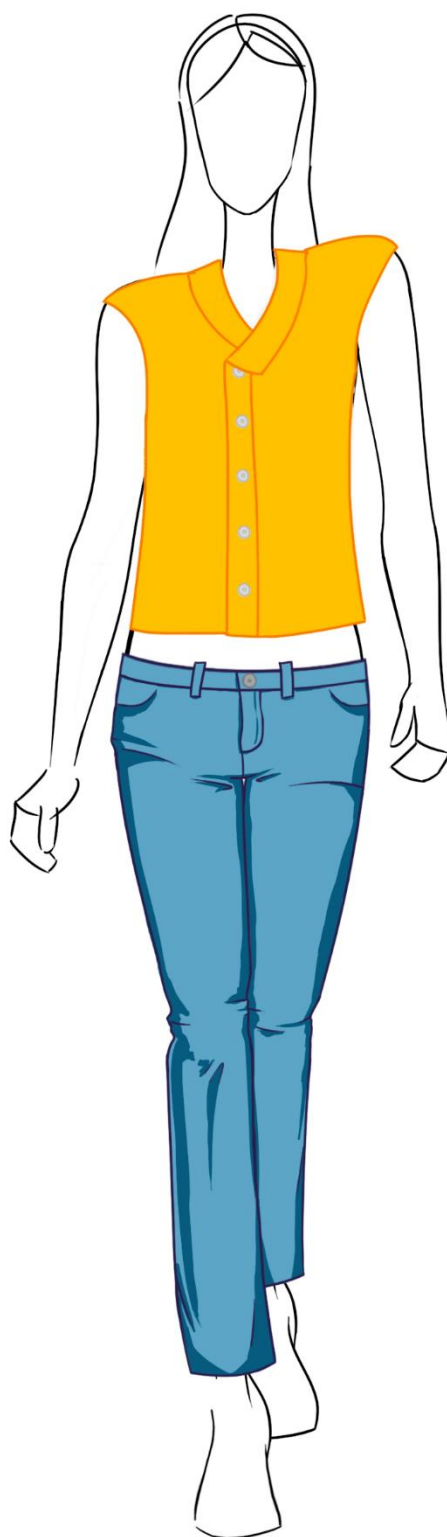
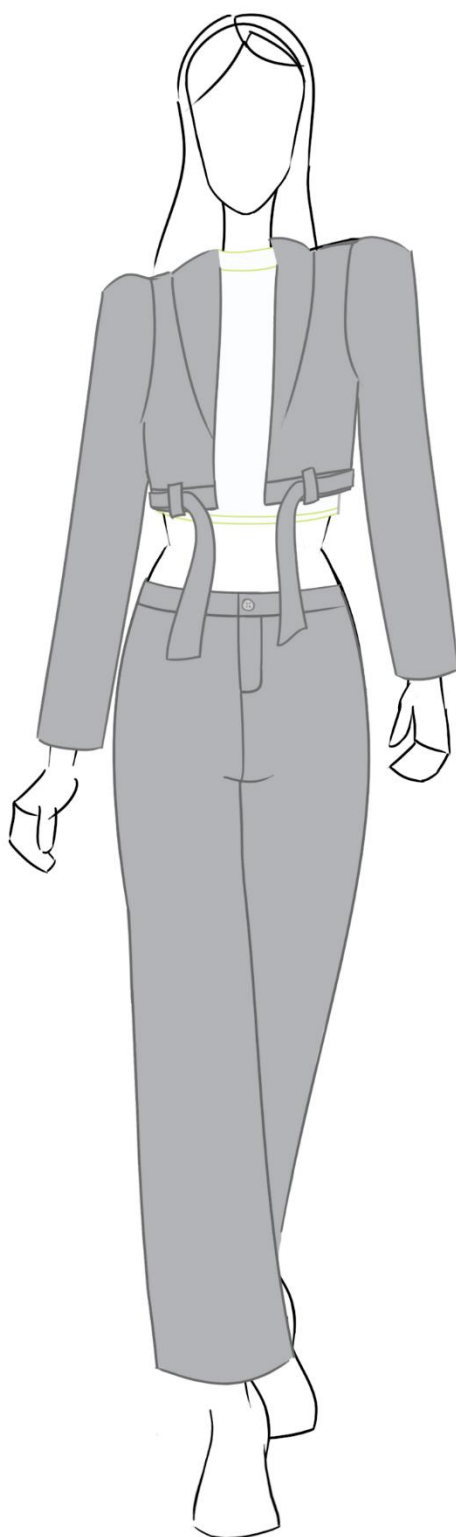
	Quantidade	Modelo	Quantidade
Top	7	Camisa	1
		Camiseta	4
		Colete	1
		Regata	1
Bottom	7	Calça	3
		Saia	2
		Short	2
Inteiro	1	Vestido	1
Overtop	1	Blazer	1
Total			16

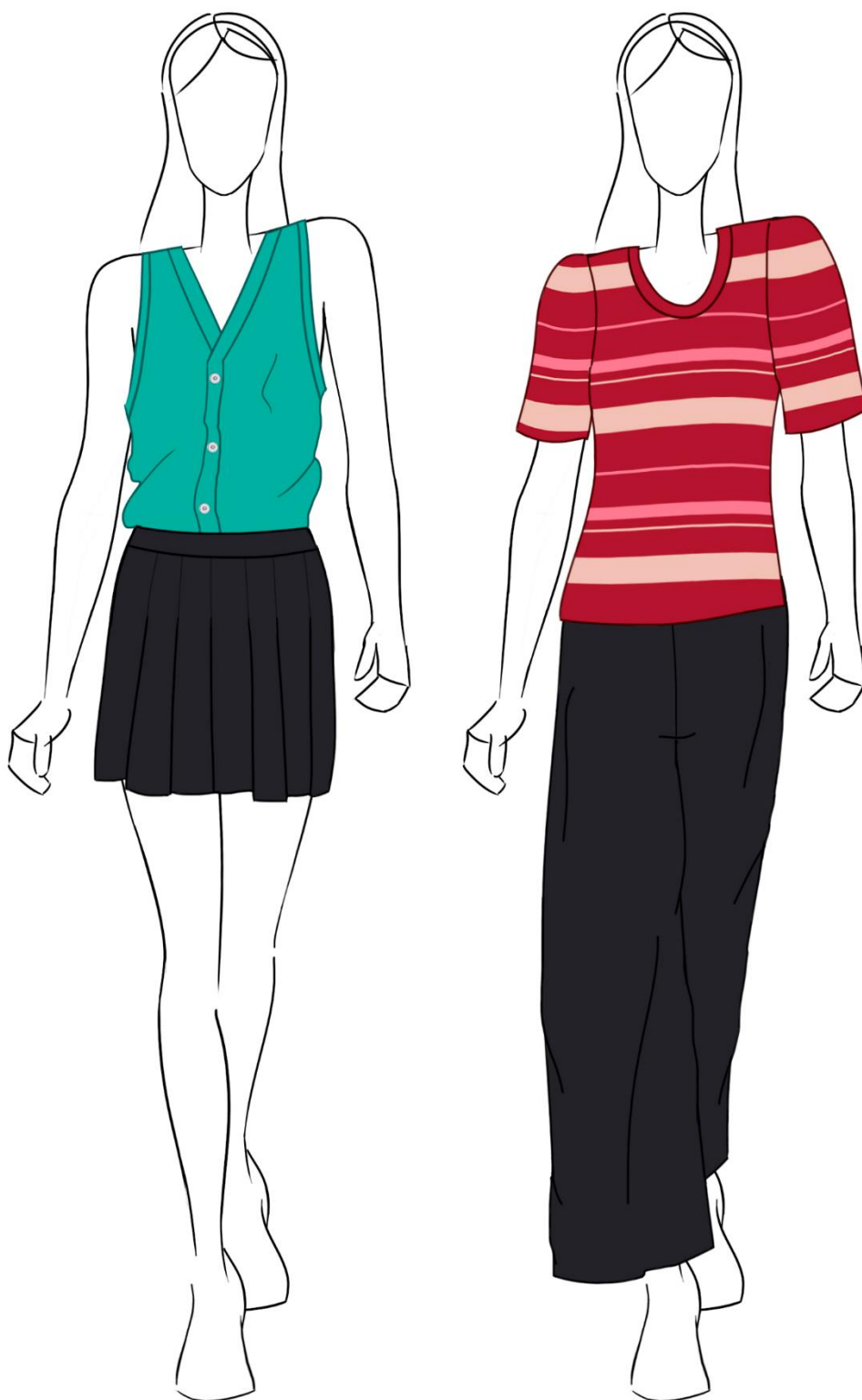
Tabela 1: Mix de produtos
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

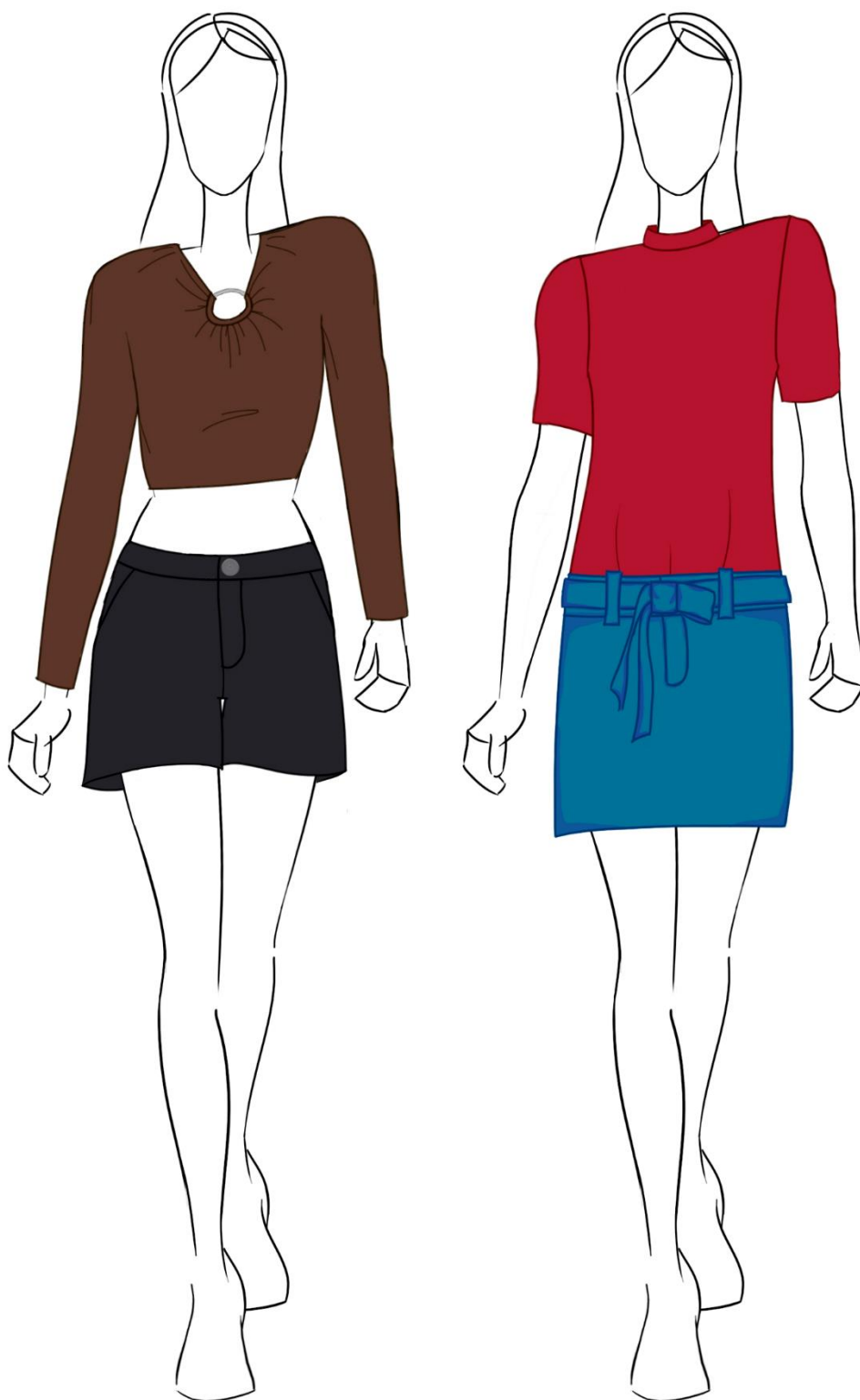


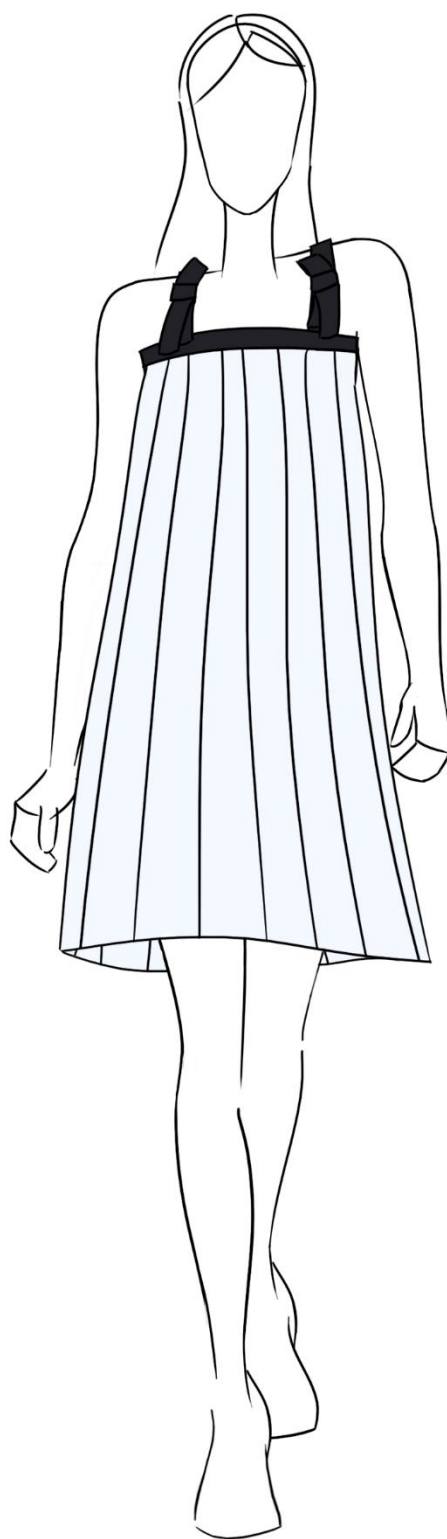
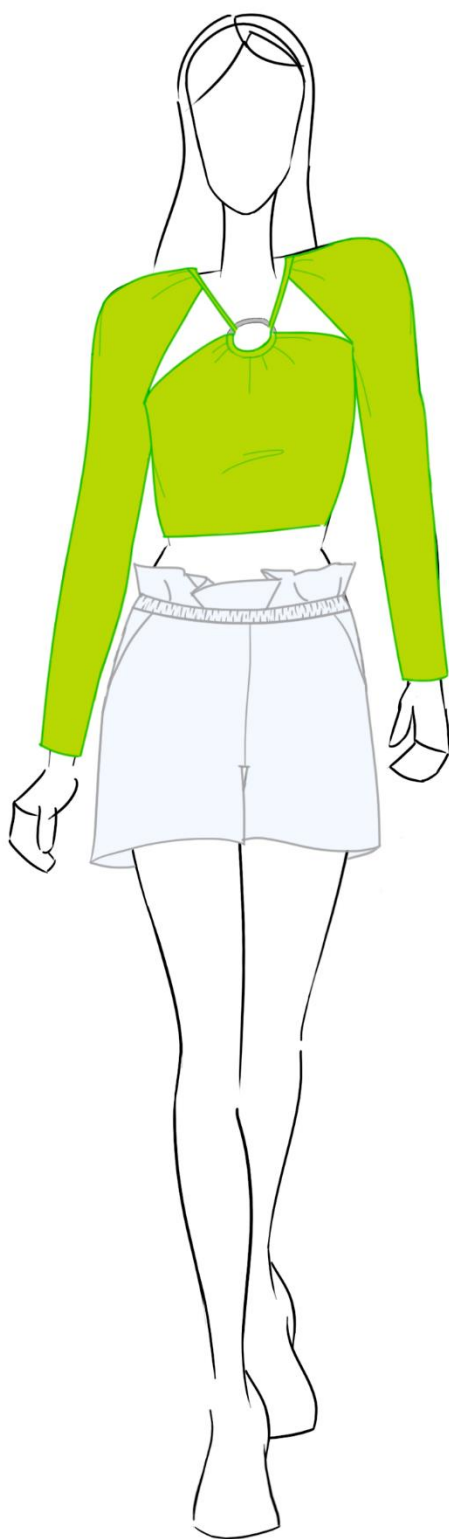
4.3. Croquis

A seguir há a apresentação de todos os croquis finais da coleção, finalizando com uma visão geral de todos os *looks* presentes em uma única página.











4.4. Fichas de Desenvolvimento

As 16 fichas de desenvolvimento confeccionadas correspondem com cada peça presente na coleção elaborada. Os códigos de referência e nomes de cores apresentados anteriormente nas cartelas foram utilizados nas tabelas para indicação direta do objeto que foi utilizado na peça. Todas as fichas foram desenvolvidas no *software* Adobe InDesign.

Para as peças, as 4 categorias correspondem a números: tops a 1, bottoms a 2, inteiro a 3 e ovetop a 4. Dentro de suas subcategorias, os tops foram separados por letras: camisa como CA, camiseta como CT, colete como CO e regata como RE; entre os bottoms tivemos: CL para calça, SA para saia e SH para short. As subcategorias inteiro e ovetop são representadas da seguinte forma: BZ para o blazer e VE para o vestido. No final, uma numeração de 3 dígitos é feita para diferenciar produtos dentro da mesma subcategoria. Peças sem variação recebem o padrão 001.

Embaixo dos desenhos técnicos de cada modelo, temos uma separação entre tecidos, aviamentos e beneficiamentos. Para as peças projetadas em outras cores, isto é anotado dentro da sessão de variações. Os tecidos que recebem beneficiamentos são anotados na última parte das fichas de desenvolvimento criadas.

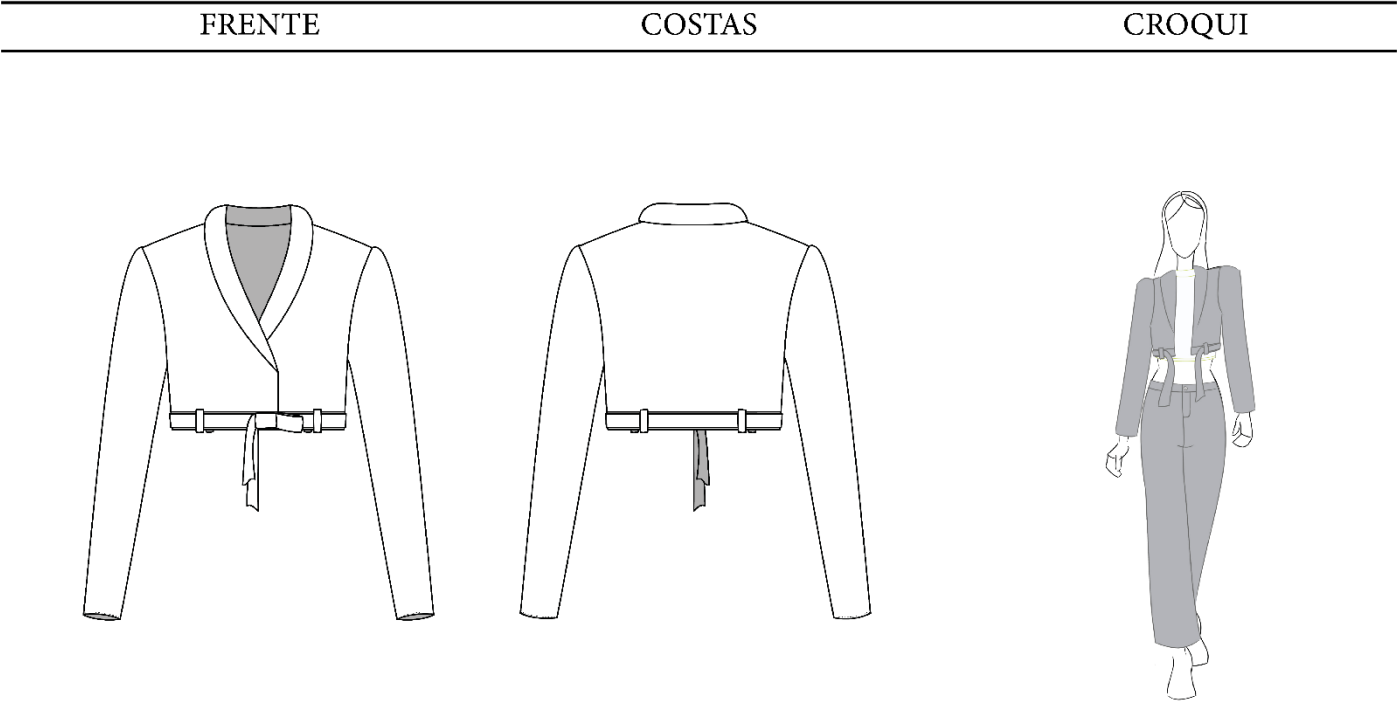
COLEÇÃO kidZ

Peça: Blazer Cropped

Referência: 4BZ001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Jaqueta blazer cropped com gola shawl, mangas longas e uma fivela de tecido amarrada com nó coreano (otkorum).



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T01	Linho	Sky Gray	Blackout, First Snow
T08	Forro de Viscose	Sky Gray	-

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Cinza	-

BENEFICIAMENTOS			
-			

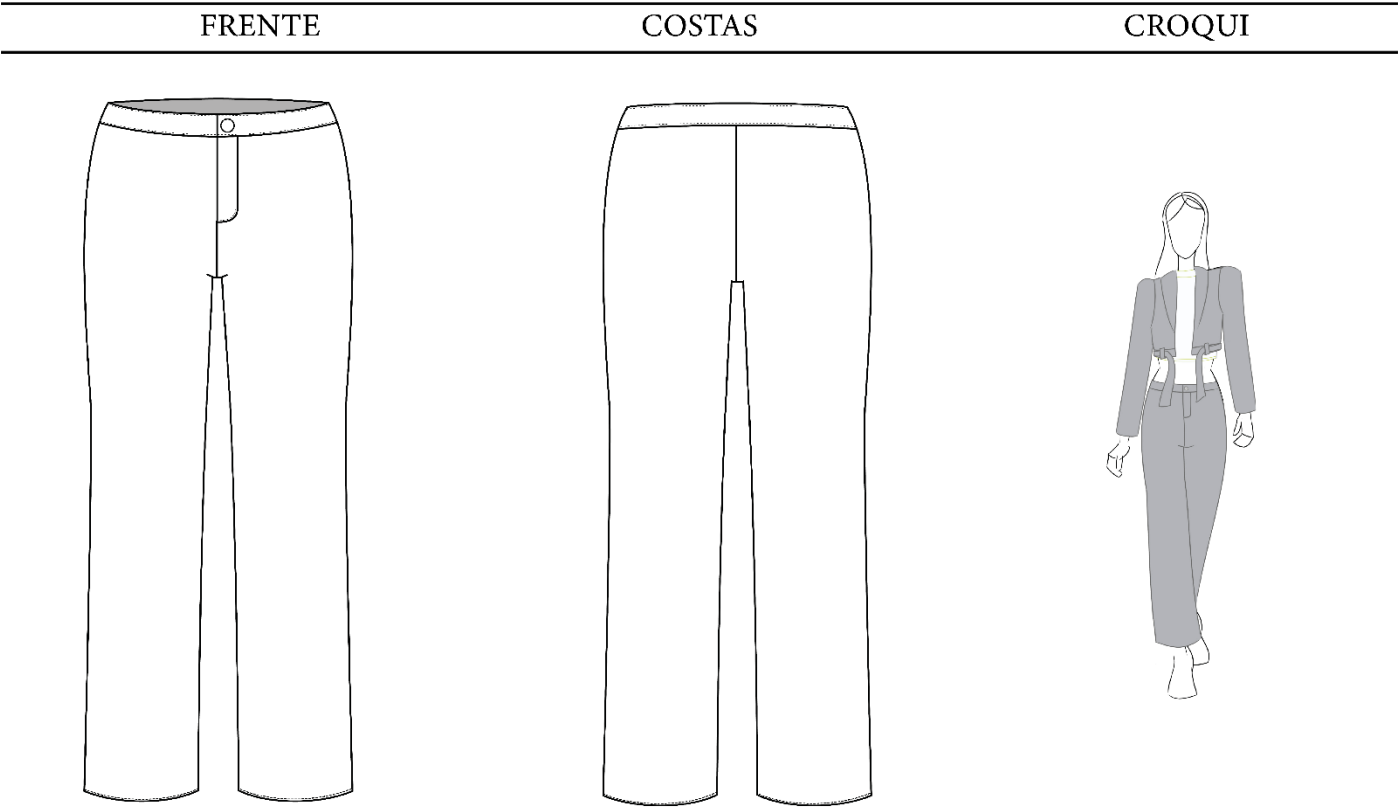
COLEÇÃO kidZ

Peça: Calça Social

Referência: 2CA001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Calça social slim de cintura baixa com zíper destacável e zíper na frente, com barra lenço.



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T01	Linho	Sky Gray	Blackout, First Snow

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Cinza	-
A03	Botão de Pressão	Prata	1
A07	Zíper Destacável	Prata	1

BENEFICIAMENTOS			
-----------------	--	--	--

COLEÇÃO kidZ

Peça: Regata Cropped

Referência: 1RE001

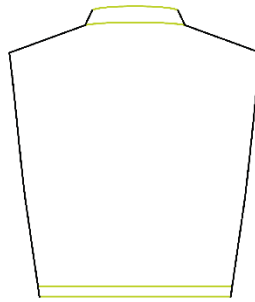
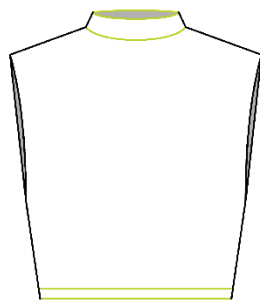
Designer: Lucas Vieira

Descrição: Regata cropped com gola alta e costura de linha verde na bainha e gola.

FRENTE

COSTAS

CROQUI



TECIDOS

Referência

Nome

Cor

Variações

T04

Malha Penteada

First Snow

Blackout

AVIAMENTOS

Referência

Nome

Cor

Quantidade

A06

Linha de Costura

Branca

-

A06

Linha de Costura

Verde

-

BENEFICIAMENTOS

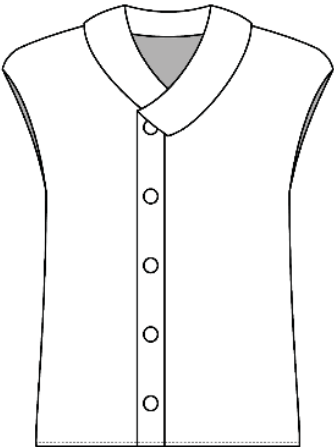
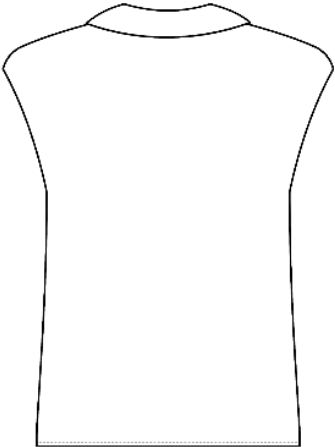
COLEÇÃO kidZ

Peça: Camisa Descentralizada

Referência: 1CA001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camisa sem manga, com gola chelsea e sua casa de botões descentralizada para o lado esquerdo.

FRENTE	COSTAS	CROQUI
		

TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T02	Tricoline	Sunny Side Up	Blackout

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Amarelo	-
A02	Botão de Plástico	Branco	5

BENEFICIAMENTOS

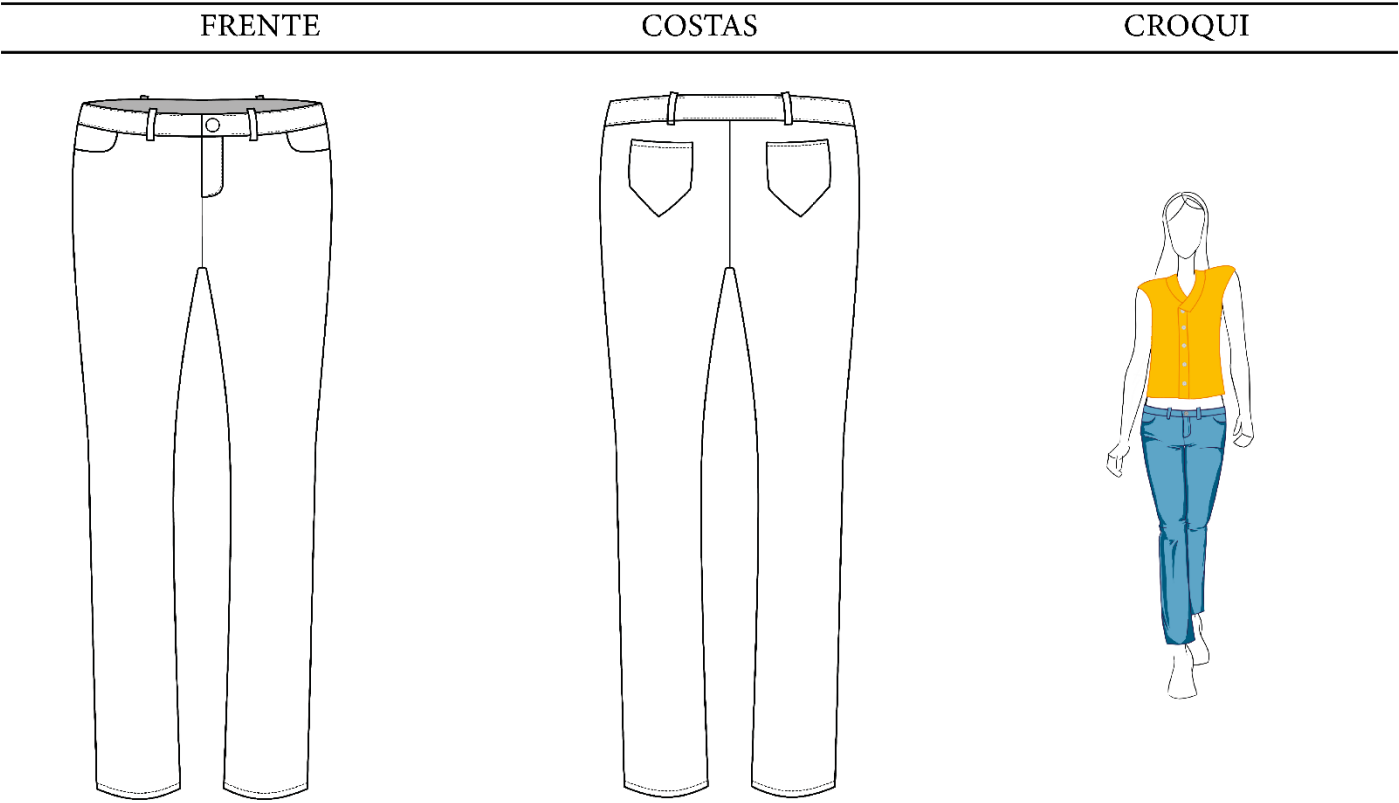
COLEÇÃO kidZ

Peça: Calça Jeans

Referência: 1CA001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Calça jeans com bolso arredondado na frente e bolso angulado na traseira. Zíper destacável e botão de pressão na parte da frente.



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T03	Jeans	-	-

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Azul escuro	-
A03	Botão de Pressão	Prata	-
A07	Zíper Destacável	Prata	1

BENEFICIAMENTOS			
-			

COLEÇÃO kidZ

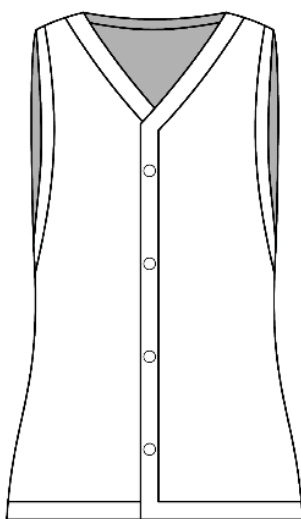
Peça: Colete

Referência: 1CO001

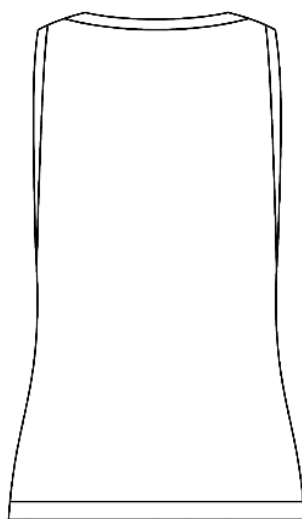
Designer: Lucas Vieira

Descrição: Colete de lã acrílica sem manga, gola estilo V e com botões de plástico.

FRENTE



COSTAS



CROQUI



TECIDOS

Referência

T06

Nome

Lã Acrílica

Cor

Atlantic Blue

Variações

-

AVIAMENTOS

Referência

A02

Nome

Botão de Plástico

Cor

Branco

Quantidade

4

BENEFICIAMENTOS

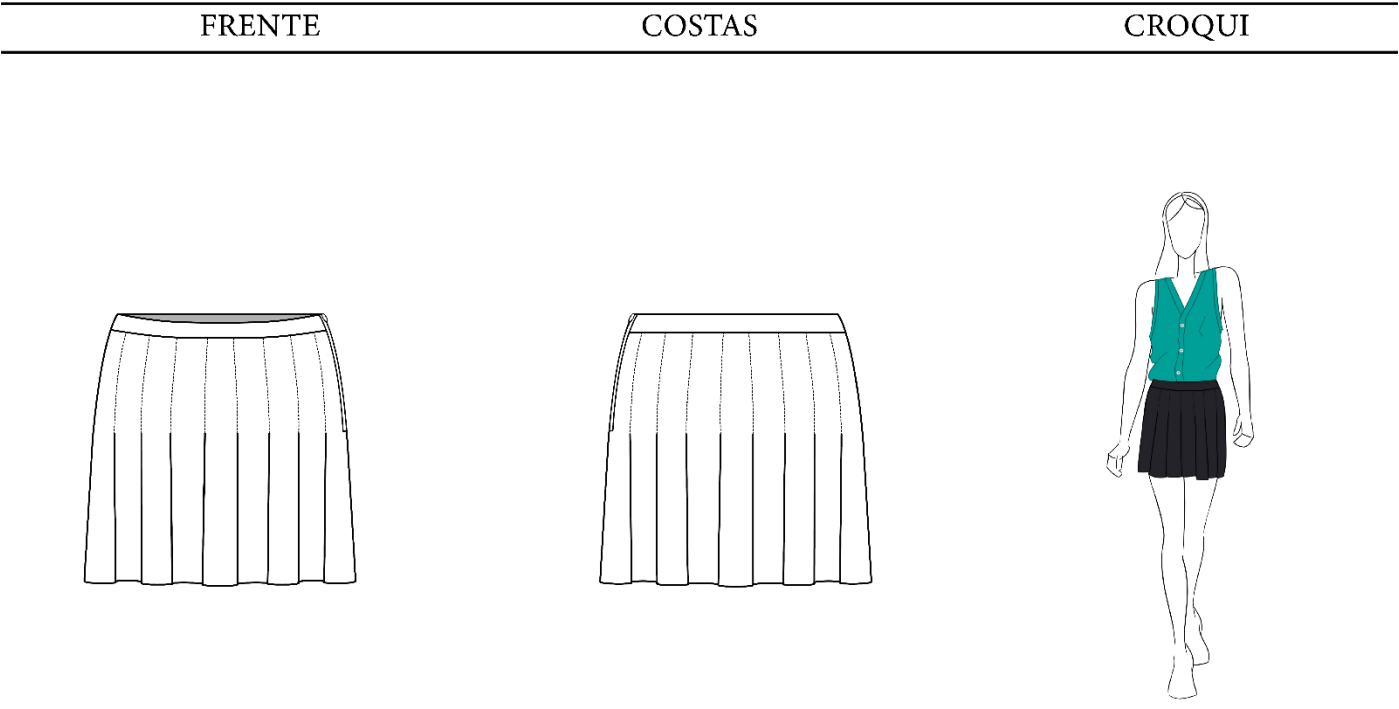
COLEÇÃO kidZ

Peça: Saia Pregueada

Referência: 2SA001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Saia com pregas costuradas até 1/3 de seu tamanho total. Cintura alta, com pala pequena e zíper invisível na lateral.



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T02	Tricoline	Blackout	-

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preta	-
A08	Zíper Invisível	Preta	1

BENEFICIAMENTOS			
-			

COLEÇÃO kidZ

Peça: Calça Pantalona

Referência: 2CL003

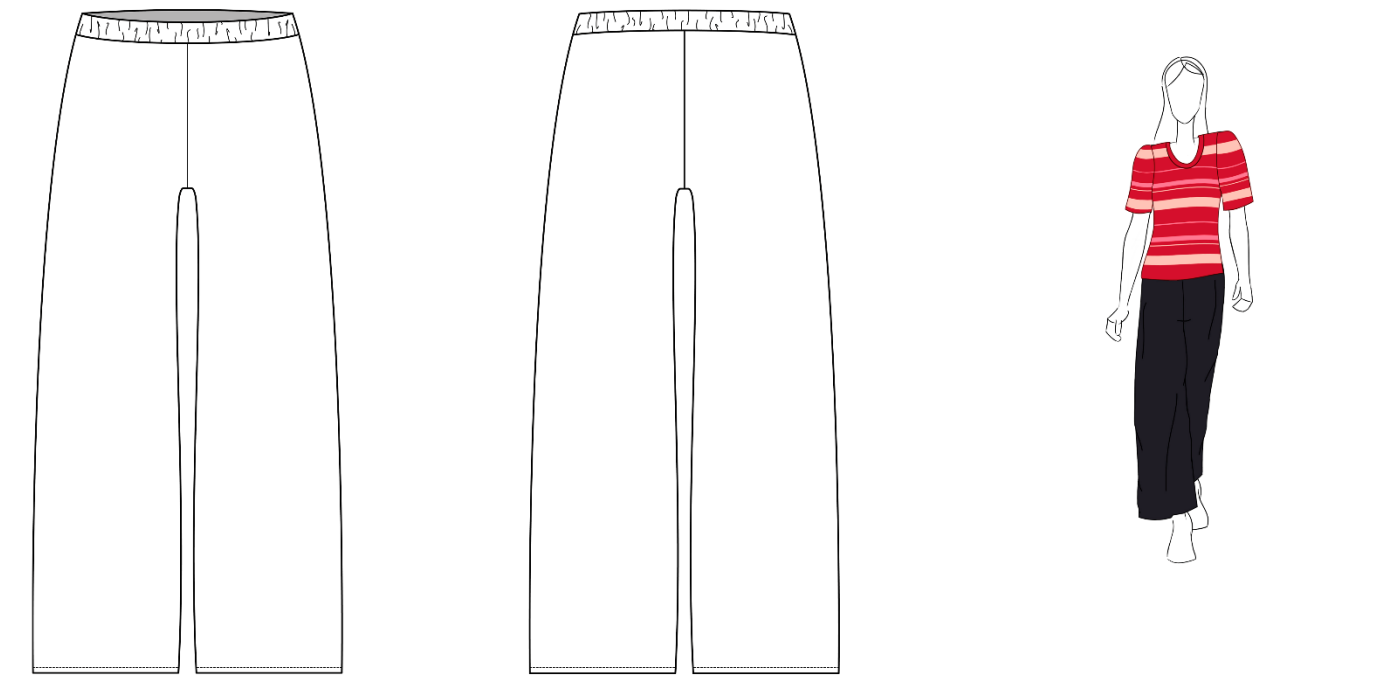
Designer: Lucas Vieira

Descrição: Calça modelo pantalone com tira de elástico

FRENTE

COSTAS

CROQUI



TECIDOS

Referência	Nome	Cor	Variações
T04	Viscose	Blackout	-

AVIAMENTOS

Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preto	-
A05	Elástico Grosso	Branco	-

BENEFICIAMENTOS

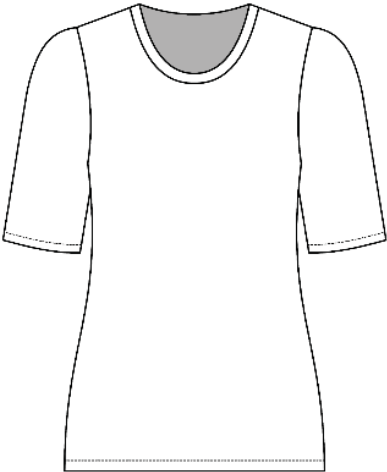
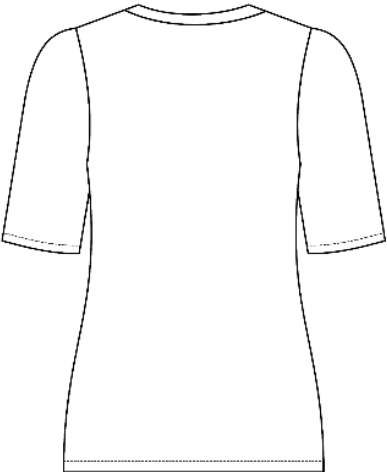
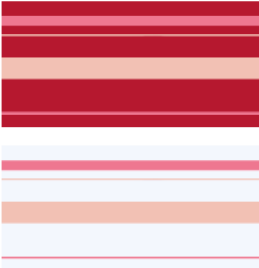
COLEÇÃO

Peça: Camiseta Estampada

Referência: 1CT001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camiseta de malha com manga curta e estampa de listras

FRENTE	COSTAS	CROQUI
		 

TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T04	Malha Penteada	Estampa Strawberry	Estampa Cake

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Vermelha	-

BENEFICIAMENTOS			
Aplicação de estampa			

COLEÇÃO kidZ

Peça: Camiseta com Argola

Referência: 1CT002

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camiseta cropped com mangas longas. Detalhe de argola na frente e zíper invisível atrás



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T05	Viscose	Bon Bon Chocolat	Cherry Flavor, Sticky Green

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preta	-
A01	Argola de Metal	Prata	1
A07	Zíper Invisível	Marrom	1

BENEFICIAMENTOS			
-----------------	--	--	--

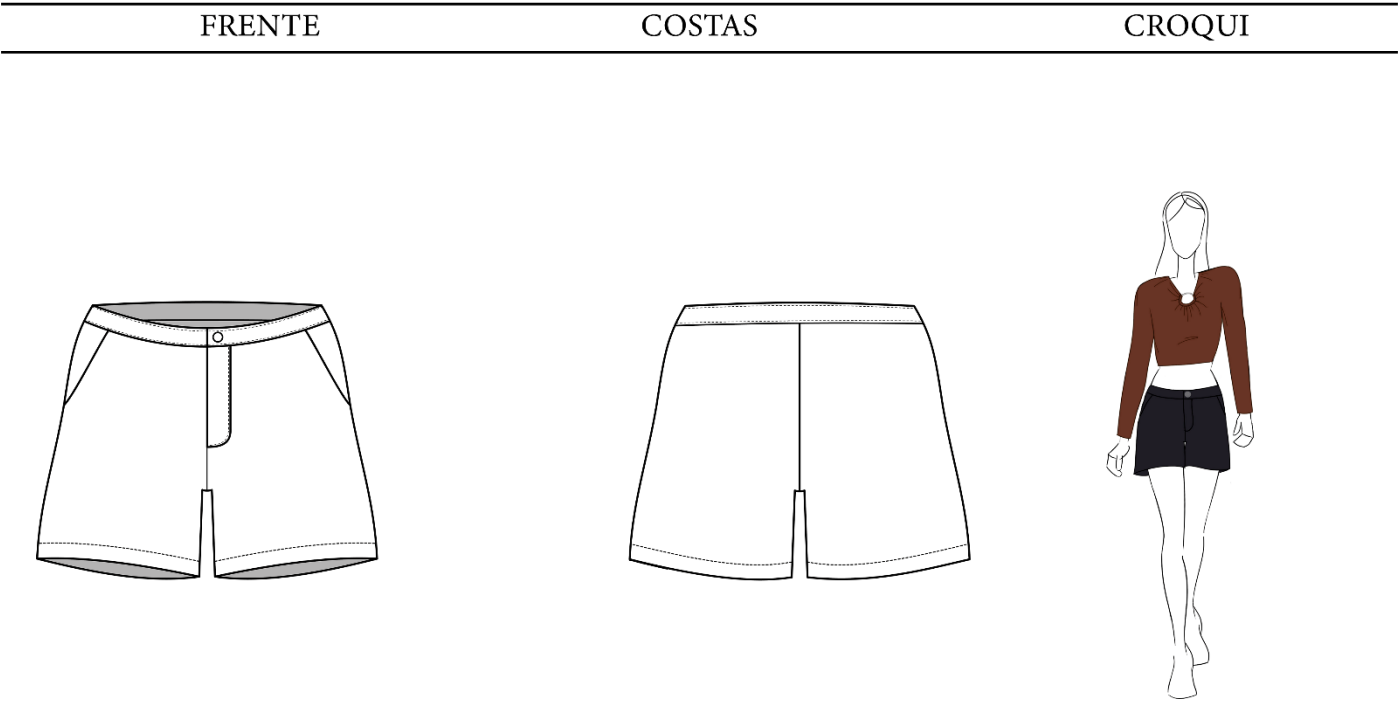
COLEÇÃO kidZ

Peça: Short com zíper

Referência: 2SH001

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Short com zíper destacável e botão de pressão, com bolso faca na frente



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T01	Linho	Blackout	First Snow

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preto	-
A03	Botão de Pressão	Prata	1
A07	Zíper Destacável	Prata	1

BENEFICIAMENTOS			
-----------------	--	--	--

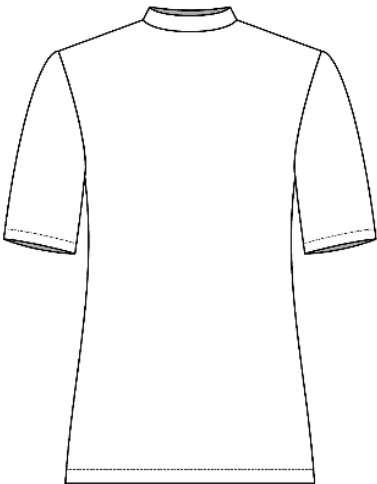
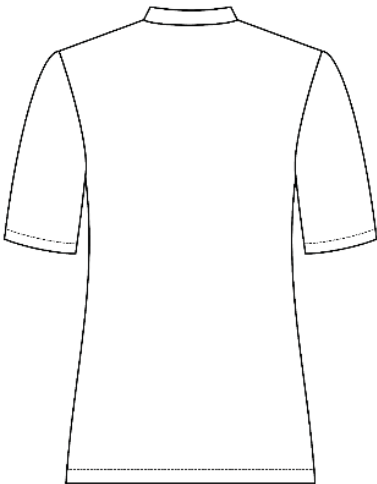
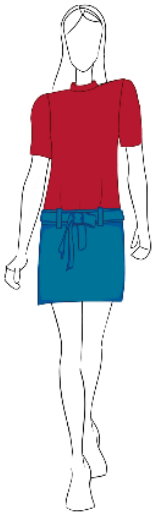
COLEÇÃO kidZ

Peça: Camiseta com Gola Alta

Referência: 1CA003

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camiseta com gola alta e manga curta

FRENTE	COSTAS	CROQUI
		

TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T04	Malha Penteada	Cherry Flavor	Blackout, First Snow

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preto	-

BENEFICIAMENTOS

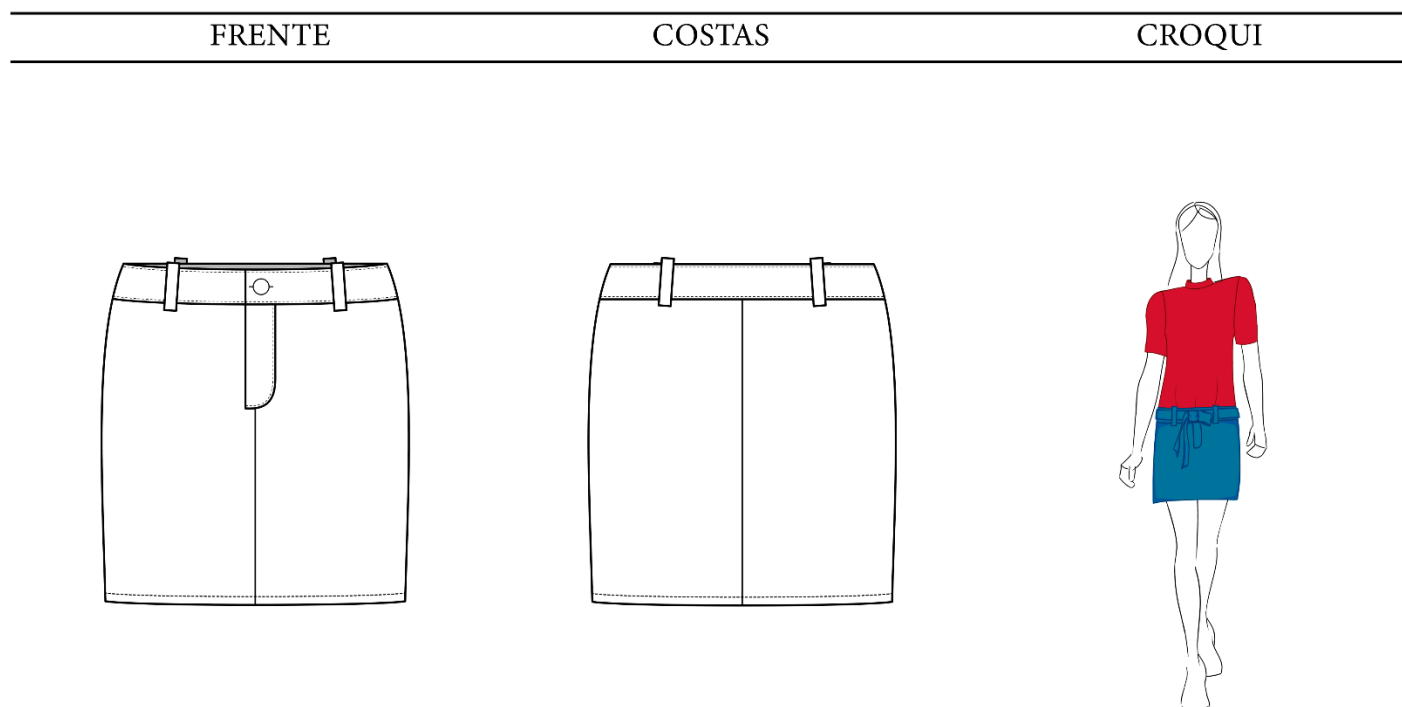
COLEÇÃO kidZ

Peça: Saia Jeans

Referência: 2SA002

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Saia jeans com zíper destacável e botão na frente acompanhado com detalhe removível de nó coreano otkurum



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T03	Jeans	-	-

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preto	-
A03	Botão de Pressão	Prata	1
A07	Zíper Destacável	Prata	1

BENEFICIAMENTOS			
Lavanderia			

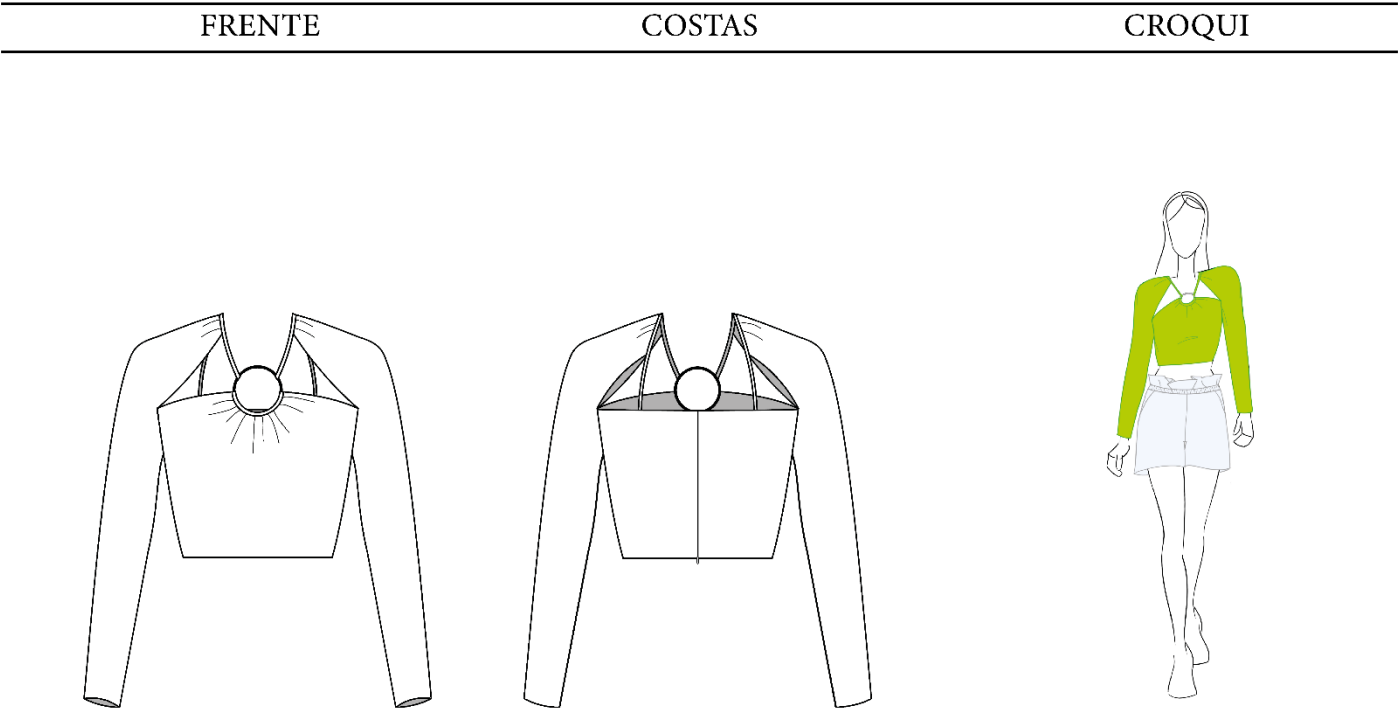
COLEÇÃO kidZ

Peça: Camiseta com Decote e Argola

Referência: 1CT004

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camiseta cropped com mangas longas. Corte triangular na frente e costas. Detalhe de argola na frente e zíper invisível atrás.



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T05	Viscose	Sticky Green	Cherry Flavor, Bon Bon Chocolat

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Verde	-
A01	Argola de Metal	Prata	1
A07	Zíper Invisível	Verde	1

BENEFICIAMENTOS			
-			

COLEÇÃO kidZ

Peça: Short Clochard

Referência: 2SH002

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Short clochard evasê com elástico no cóc e bolso faca na frente.



TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T05	Viscose	Sticky Green	Cherry Flavor, Bon Bon Chocolat

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Branca	-
A04	Elástico Fino	Branco	1

BENEFICIAMENTOS			
-----------------	--	--	--

COLEÇÃO kidZ

Peça: Saia Jeans

Referência: 3VE001

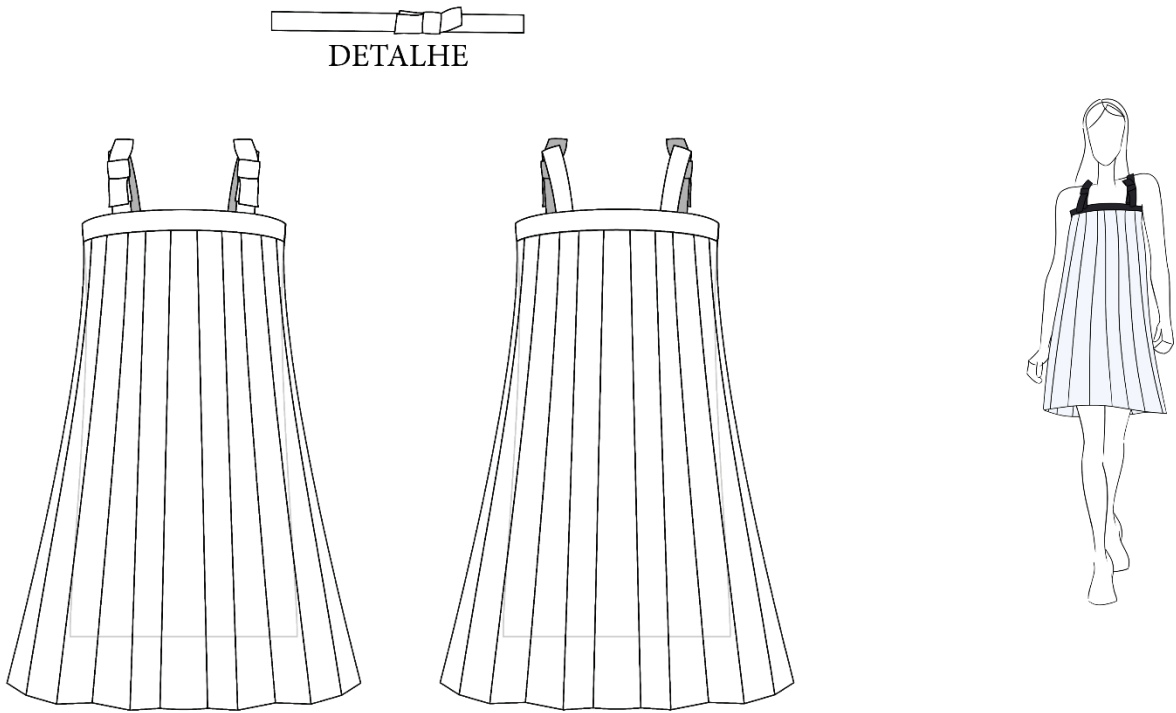
Designer: Lucas Vieira

Descrição: Vestido curto plissado com alças pretas amarráveis verticalmente em nó coreano otkurum. Por baixo, forro de viscose comprimento mini.

FRENTE

COSTAS

CROQUI



TECIDOS

Referência	Nome	Cor	Variações
T07	Crepe GGT	First Snow	-
T08	Forro de Viscose	First Snow	-
T05	Viscose	Blackout	-

AVIAMENTOS

Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Preto	-

BENEFICIAMENTOS

Plissado

4.5. Fichas Técnicas

As fichas técnicas a seguir representam as duas peças confeccionadas. Tais fichas apresentam as informações dispostas em suas respectivas fichas de desenvolvimento com o acréscimo das medidas e estimativa de custo de produção. A camiseta com decote (2CA004) foi desenhada com a cor verde Sticky Green, mas diante a falta de opção similar em cor, ela foi alterada para uma próxima a sua variação vinho, Cherry Flavor. Outra alteração foi no tamanho da argola, já que não havia nenhuma opção maior disponível nas lojas procuradas. Originalmente, a produção das duas peças seria terceirizada, mas devido a diversos fatores de indisponibilidade dos costureiros e modelistas ambas foram produzidas pelo autor.

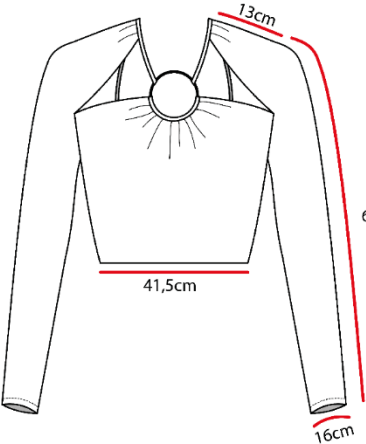
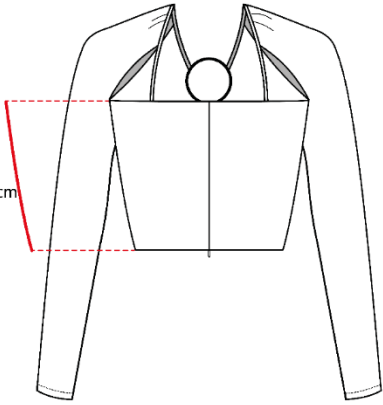
FICHA TÉCNICA - COLEÇÃO ¾kidZ

Peça: Camiseta com Decote e Argola

Referência: 1CT004

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Camiseta cropped com mangas longas. Corte triangular na frente e costas. Detalhe de argola na frente e zíper invisível atrás.

FRENTE	COSTAS	CROQUI
		

TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T05	Viscose	Sticky Green	Cherry Flavor, Bon Bon Chocolat

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Verde	-
A01	Argola de Metal	Prata	1
A07	Zíper Invisível	Verde	1

CUSTOS	
Tecido:	
Viscose - R\$16,90	
-	
Aviamentos:	
Linha de Costura - R\$3,19	
Argola de Metal - R\$12,90	
Zíper Invisível - R\$5,99	
-	
Serviços:	
Modelista - R\$80,00	
Costureira - R\$50,00	
-	

TOTAL: R\$168,98

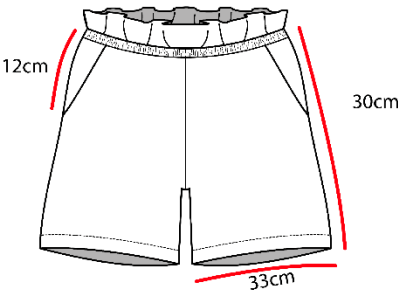
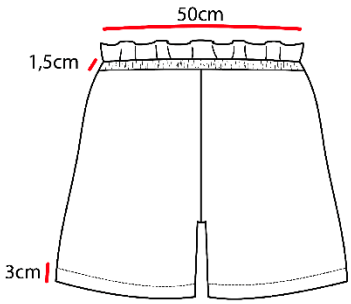
FICHA TÉCNICA - COLEÇÃO kidZ

Peça: Short Clochard

Referência: 2SH002

Designer: Lucas Vieira

Descrição: Short clochard evasê com elástico no cóc e bolso faca na frente.

FRENTE	COSTAS	CROQUI
		

TECIDOS			
Referência	Nome	Cor	Variações
T01	Linho	First Snow	Blackout

AVIAMENTOS			
Referência	Nome	Cor	Quantidade
A06	Linha de Costura	Branca	-
A04	Elástico Fino	Branco	1

CUSTOS	
Tecido:	
Linho - R\$23,00	
-	
Aviamentos:	
Linha de Costura - R\$3,19	
Elástico Fino 15MM - 28,99	
Serviços:	
Modelista - R\$80,00	
Costureira - R\$50,00	
-	
TOTAL: 185,18	

4.6. Editorial

O editorial exhibe os dois protótipos realizados como desfecho final desse projeto. As fotos foram tiradas e editadas pelo autor e a modelo foi Carla Chaves.













Considerações finais

Embora esse projeto tenha começado a ganhar corpo apenas no segundo semestre 2020, a pesquisa sobre moda coreana é um tema que sempre tive interesse antes a minha inserção na faculdade. Diante disso, já havia identificado algumas dificuldades como a falta de material teórico em português – e até mesmo em inglês – sobre o assunto em questão, assim me inscrevi em um curso da língua coreana com o intuito de aprendê-la para traduzir os textos. Desse modo, o estudo teve início com a intenção de investigar a visão da moda coreana no território brasileiro e a influência das mídias culturais consumidas, o propósito acabou se transformando em um estudo das características principais da indumentária sul-coreana a partir do século XX. Para dar mais substância teórica ao estudo, se fez necessário uma pesquisa quantitativa através da plataforma Google Forms com um resultado significativo de 260 participantes dentro do curto período de 12 horas, no qual foi identificado o grande interesse do público no Brasil pela moda do país em questão.

Para o desenvolvimento desse projeto, uma extensa pesquisa sobre a história da Coreia do Sul, seus costumes, cultura e população se fizeram necessárias, porém como nem tudo foi dialogar com o tema do trabalho, foi incluído apenas o que era coeso, como *background* histórico sobre as guerras e partição de território, e políticas internacionais com países como China e Japão.

Não obstante, a oportunidade de intercâmbio durante o ano de 2020 trouxe ricas informações que foram importantes para minha formação acadêmica, assim como formação pessoal como indivíduo. A bagagem sociocultural não só a respeito da Coreia do Sul, mas também do brasileiro e suas preferências que adquiri por meio se mostrou essencial durante o processo de escrita dos capítulos que considero como foco principal deste estudo teórico. O conhecimento da língua coreana também foi indispensável para o acesso a referências mais completas que foram a base da pesquisa conforme já mencionado.

A respeito do desenvolvimento de uma coleção cápsula, tive problemas no equilíbrio de uma fiel representação da realidade devido o mapeamento do

público determinado através da pesquisa. Numa primeira tentativa, acredito que me restringi muito nas imagens e vídeos dos anos 90, mas após relacionar com a moda com a cultura da Coreia (destacando a indústria musical), o resultado obtido foi mais criativo e sem deixar de lado a coerência com o tema. A partir da criação de um novo *moodboard* focado no hanbok pude incorporar novas ideias de modelagens e acabamentos como a gola cruzada e a alça de otkorum.

Referente às cartelas, caso a coleção desenvolvida seja executada com fins comerciais, se tornaria necessário adaptar alguns tecidos por questões de custo. Mas, como a intenção era de ilustrar a moda do país, a cartela serviu como forma de mostrar a diversidade nos tecidos.

Por causa de erros na inicialização do *software* CorelDraw no meu computador e inviabilidade de utilizar os da faculdade devido ao COVID-19, os desenhos técnicos das peças foram feitos através do programa Adobe Illustrator, o qual não tinha conhecimento prévio de suas funções. Com isso, me adaptei e adquiri novas habilidades. Esse momento de dificuldade serviu como um ótimo aprendizado, uma vez que serviu de incentivo a aprender a mexer no programa para que o padrão de qualidade atingisse o desejado.

Como dito durante o projeto, as duas peças projetadas para o editorial iriam ter sua produção terceirizada, mas essa foi impossibilitada diante da indisponibilidade por motivos como tempo, saúde ou conhecimento na área. Por isso, coloquei em prática meus conhecimentos obtidos e comecei a executar as peças selecionadas. Essa experiência demonstrou minha flexibilidade e aptidão em exercer em prática as informações que obtenho.

Essa pesquisa comprovou a eficácia das metodologias de pesquisa ensinadas ao longo do curso. Os conhecimentos obtidos através das disciplinas se mostraram presentes em todas as etapas, como na coleta e aplicações de referências, execução e interpretação do questionário, processo criativo e *brainstorming*, entre outros.

Por fim, pude comprovar o crescente interesse do brasileiro pela cultura coreana e a viabilidade da criação de uma coleção com a estética da moda da

Coréia do Sul como tema principal, assim como elaborar um material acadêmico a respeito das transformações da indumentária do país.

Referências

A beginner's guide to Korean art. Khan Academy. Disponível em: <<https://www.khanacademy.org/humanities/art-asia/korea-japan>>. Acesso em 1 Outubro 2020.

About Nora Noh. Nora Noh. Disponível em: <<https://www.norano.com/pages/about-nora-noh#:~:text=Founded%20as%20the%20%22House%20of,sense%20of%20beauty%20and%20femininity.>>>. Acesso em: 1 Outubro 2020.

BETT, Jéssica. HIP-HOP COREANO SAI DO UNDERGROUND MAS AINDA ENFRENTA RESISTÊNCIA. Korea Post. Disponível em: <<https://www.koreapost.com.br/entretenimento/musica/hip-hop-coreano-sai-do-underground-mas-ainda-enfrenta-resistencia/>>. Acesso em 24 Outubro 2020

BHETTA, Fatima. Draconian discipline: How performers are treated in the ruthlessly rigorous world of Korea's K-pop. Scroll.in. Disponível em: <<https://scroll.in/article/939783/draconian-discipline-how-performers-are-treated-in-the-ruthlessly-rigorous-world-of-koreas-k-pop>>. Acesso em 18 Novembro 2020

BOSCOV, Isabela. Na 3ª temporada, "Stranger Things" volta ainda mais viva e vibrante. VEJA. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/isabela-boscov/stranger-things-3/>> . Acesso em 18 Novembro 2020

CAROLINA, Amanda. K-pop: Uma história. Antiguidade, os primeiros homens – SeoTaiji & Boys. Revista KoreaIN. Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2016/09/kpop-uma-historia-seotaiji-and-boys/>>. Acesso em 2 Outubro 2020.

CHO, Chung-un. K-pop still feels impact of Seo Taiji & Boys. The Korea Herald. Disponível em: <<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20120323001104>>. Acesso em 1 Outubro 2020.

Coleção-cápsula: o que é e como criar com estratégia. Audaces. Disponível em: <<https://audaces.com/voce-sabe-o-que-e-uma-colecao-capsula/>>. Acesso em 01 Novembro 2021

“contemporâneo”. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/contempor%C3%A2neo>>. Acesso em 2 Outubro 2020.

Contemporary Art: Definition. IESA International. Disponível em: <<https://www.iesa.edu/paris/news-events/contemporary-art-definition>>. Acesso em 2 Outubro 2020.

Co-branding: o que é e quais são suas vantagens?. Fortes Tecnologia. Disponível em: <<https://blog.fortestecnologia.com.br/gestao-e-negocios/co-branding-beneficios/>>. Acesso em 17 Novembro 2020

DAZED KOREA. Seul: Junho, edição 151, 21 Junho 2020, 306 p.

“debut”. Cambridge Dictionary. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/debut>>. Acesso em 22 Novembro 2021

DIAS, Guilherme. "Gangnam Style" está para alcançar a marca de 2 bilhões de views no YouTube. Tecmundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/youtube/56134-gangnam-style-alcancar-marca-2-bilhoes-views-youtube.htm>>. Acesso em 18 Novembro 2020

DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>>. Acesso em 29 Outubro 2021.

DOS SANTOS, José Luiz. O QUE É CULTURA. 6. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

ELLE Korea. Seul: Dezembro, edição 326, 2019, 440 p.

ELLE Korea. Seul: Fevereiro, edição 328, 2020, 334 p.

“Gangnam Style” becomes the first YouTube video to reach one billion views. History. Disponível em: <>. Acesso em 18 Novembro 2020.

GIL, Antônio Carlos. **COMO ELABORAR PROJETOS DE PESQUISA**. 4. ed São Paulo: Atlas, 2006.

GOWMAN, Philip. Fashion icon Nora Noh honoured in art and film. London Korean

Links. Disponível em: <<https://londonkoreanlinks.net/2014/09/15/fashion-icon-nora-noh-honoured-in-art-and-film/>>. Acesso em 1 Outubro 2020.

Hanbok Programs. Visit Korea. Disponível em: <https://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI_ENG_2_8_2.jsp>. Acesso em 1 Outubro 2020.

JAMES, Victoria. How Korea became cool. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20150404053711/https://www.newstatesman.com/node/150098>>. Acesso em 19 Maio 2019.

HOLLINGSWORTH, Julia. How a boy band from South Korea became the biggest in the world. CNN. Disponível em: <<https://www.history.com/this-day-in-history/gangnam-style-first-youtube-video-to-hit-one-billion-views#:~:text=On%20December%2021%2C%202012%2C%20the,unpredictability%20of%20viral%20internet%20content>>. Acesso em 18 Novembro 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. **O IMPÉRIO DO EFÊMERO: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. 7. ed. São Paulo: Editora Schwarcz LTDA, 2004.

KIM, Jisoo. K-pop, hallyu continue global rise. Korea Times. Disponível em: <https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2020/01/356_281957.html>. Acesso em 18 Novembro 2020.

Korean Overseas Information Service. **A HANDBOOK OF KOREA**. 8. ed. Seul: Korean Overseas Information Service, 1990.

MACHADO, Lívia. Playback, rebolado e histeria marcam festival de k-pop no Brasil. G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/12/playback-rebolado-e-histeria-marcam-festival-de-k-pop-no-brasil.html>>. Acesso em 18 Novembro 2020.

MÉNDEZ, Blanca. Seo Taiji & Boys Pioneered Socially Conscious K-Pop for Groups Like BTS. Vice. Disponível em: <<https://www.vice.com/en/article/7x95gz/seo-taiji-and-boys-pioneered-socially-conscious-k-pop-for-groups-like-bts>>. Acesso em 1 Outubro 2020.

Marie Claire Korea. Seul: Abril, edição 326, 18 Março 2020, 310 p.

NUNES, Naira. “Lembro do nosso 1º show no Brasil, cerca de 2 mil pessoas. A paixão do Brasil é diferente de todas as outras do mundo.” BTS sobre show para

mais de 70 mil pessoas. KoreaIN. Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2019/05/bts-speak-yourself-tour-brasil/>>. Acesso em 18 Novembro 2020.

NYLON KOREA. Seul: Março, 2019, 204 p.

OAK, Jessica; PARK, Young Woong. The Root of K-Pop: The Influences of Today's Biggest Acts. Billboard. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/5638224/the-root-of-k-pop-the-influences-of-todays-biggest-acts>>. Acesso em 1 Outubro 2020.

OLIVEIRA, Thais Lima de. Analisando Figurinos de Girlgroups de K-POP: Com Foco na Expressão do Feminismo Entre 2001-2017. Tese (Mestrado em Design de Moda) - Ewha Womans University. Seul, p. 147. 2017.

RO, Christine. BTS and EXO: The soft power roots of K-pop. BBC. Disponível em: < <https://www.bbc.com/culture/article/20200309-the-soft-power-roots-of-k-pop#:~:text=In%20music%2C%20South%20Korean%20pop,become%20entrenched%20in%20South%20Korea.>>. Acesso em 18 Novembro 2020

Run DMC, Hollis, Queens, New York, 1986. Morrison Hotel Gallery. Disponível em: <<https://www.morrisonhotelgallery.com/default.aspx>>. Acesso em 23 Outubro 2020.

SAMUELS, Gabriella. Evolution of South Korean Fashion and Makeup Culture. Asia House. Disponível em: <<https://asiahousearts.org/evolution-south-korean-fashion-makeup-culture/>>. Acesso em 17 Outubro 2020)

SIK-K “OFF WHITE”. Joanne J Lee. Disponível em: <<https://www.joannejlee.com/sikk-off-white>>. Acesso em 30 Outubro 2020.

SWANN, Peter C. **ART OF CHINA, KOREA AND JAPAN**. Londres: Thames And Hudson, 1963.

Trotman, Sam. Gen-Z Influencer Style: Young Women’s Apparel – EMEA. WGSN. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/fashion/article/92134>>. Acesso em 01 Novembro 2021.

Twitter. zico nannom. 190119 #지코 #우지호 #지아코 #널디 #nxf #zico #HQpreview. Seul, 19 Jan 2019. Twitter: @zico_nannom. Disponível em:

<https://twitter.com/zico_nannom/status/1086588831535484930>. Acesso em 23 Outubro 2020.

Twitter. LORELEI. 190317 🌈 #최찬희 #뉴 #더보이즈 #NEW #THEBOYZ. Seul, 17 Mar 2019. Twitter: @LORELEI_new. Disponível em: <https://twitter.com/LORELEI_new/status/1258048747226820610>. Acesso em 18 Novembro 2020.

ZHANG, Cat. The Endless Life Cycle of Japanese City Pop. Pitchfork. Disponível em: < <https://pitchfork.com/features/article/the-endless-life-cycle-of-japanese-city-pop/>>. Acesso em 23 Maio 2021.

[Hallyu power] Han Dong-chul, mastermind of Korean hip-hop boom. The Korea Herald. Disponível em: <<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160412000578>>. Acesso em 23 Outubro 2020.

류희경. et al. **우리 옷 이천 년**. 5. ed. Seul: Misul Munhwa, 2018.

윤혜경. ‘쇼미 5’ 첫회만에 ‘역대 최고’ 시청률 기록했다. Insight. Disponível em: <<https://www.insight.co.kr/newsRead.php?ArtNo=61685>>. Acesso em 23 Outubro 2020.

조규화; 이희승. **패션미학**. Seul: 수학사, 2004.

Apêndice

A Influência da Moda Coreana no Brasil

Esse questionário tem como objetivo principal investigar a percepção do brasileiro para com a moda sul coreana, assim como examinar características o público consumidor do mercado. Os resultados dessa pesquisa serão aplicados para o desenvolvimento do Projeto de Conclusão de Curso para a formação em Design de Moda na faculdade SENAI CETIQT. Os dados pessoais não serão divulgados. Agradeço sua participação.

Qual a sua idade? *

- ☐ Até 15 anos
- ☐ 16-20
- ☐ 21-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31+

Qual o seu gênero? *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Prefiro não dizer
- ☐ Other...

...
Caso sim, como foi apresentado a ela?

- ☐ Através de k-dramas
- ☐ Através do k-pop
- ☐ Através da culinária
- ☐ Através da literatura
- ☐ Através da moda
- ☐ Other...

Você busca se manter informado na cultura coreana? *

- ☐ Sim, sempre.
- ☐ Sim, frequentemente.
- ☐ Sim, um pouco.
- ☐ Não

Quais meios você acessa para buscar informações sobre a cultura coreana?

- ☐ Rádio
- ☐ Televisão
- ☐ Jornais
- ☐ Revistas
- ☐ Portais de notícias
- ☐ Embaixada da Coreia
- ☐ Redes Sociais
- ☐ Aplicativos
- ☐ Podcasts
- ☐ Other...

Que tipo de conteúdo coreano você consome? *

- ☐ Música
- ☐ Dramas e Filmes
- ☐ Literatura
- ☐ Culinária
- ☐ Moda
- ☐ Arte
- ☐ Não consumo nenhum conteúdo.
- ☐ Other...

☰

Você possui interesse na moda coreana?

*

☐

 Sim, muito.

☐

 Sim, um pouco.

☐

 Não.

Quais marcas de roupa você consome?

*

☐

 Renner

☐

 Riachuelo

☐

 C&A

☐

 Marisa

☐

 Leader

☐

 Forever 21

☐

 ZARA

☐

 Gap

☐

 Other...

O que compõe a imagem de moda coreana para você? *

- ☐ Simplicidade e minimalismo
- ☐ Moda clássica e atemporal
- ☐ Peças oversized e confortáveis
- ☐ Roupas sociais
- ☐ Modelagens justas que acomodam o corpo
- ☐ Roupas delicadas e fofas
- ☐ Estilo vintage e old school
- ☐ Moda esportiva
- ☐ Marcas de luxo
- ☐ Não sei responder.
- ☐ Other...

Com suas palavras, como você descreveria a moda coreana?

Long-answer text

O que você mais gosta da moda coreana?

Long-answer text

Você conhece alguma marca ou designer coreano? *

☐ Sim

☐ Não

Caso sim, qual(is)?

Short-answer text

Caso não, gostaria de conhecer? *

☐ Sim

☐ Talvez

☐ Não

Conhece alguma marca brasileira com estilo coreano? Caso sim, qual(is)?

Long-answer text