

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

ESCOLA DE BELAS ARTES

CURSO DE DESIGN DE MODA

MARIA RUTH ALMADA

A ONDA *HALLYU*: O VESTUÁRIO DENTRO DO CENÁRIO *K-POP*

Belo Horizonte

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

ESCOLA DE BELAS ARTES

CURSO DE DESIGN DE MODA

MARIA RUTH ALMADA

A ONDA *HALLYU*: O VESTUÁRIO DENTRO DO CENÁRIO *K-POP*

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso como pré-requisito para
obtenção do título em bacharelado em Design de Moda pela Escola de
Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientadora: Prof. Dra. Márcia Luiza França da Silva

Belo Horizonte

2023

Dedico a todos aqueles cujas paixões atravessam continentes.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora e professora, Márcia França, pela acolhida ao meu tema, pela orientação atenciosa e pela compreensão demonstrada ao longo de todo o desenvolvimento deste trabalho. Aos meus pais, pela ajuda incansável, pelo apoio constante e pelo cuidado incondicional que me sustentaram em cada etapa dessa jornada. À minha irmã, pelo incentivo diário, pelas palavras de encorajamento e por sempre me lembrar do meu potencial, mesmo nos momentos em que eu mesma duvidei.

RESUMO

Este trabalho tem como propósito explorar a ascensão da Onda Hallyu, analisando como esse fenômeno cultural surgiu na indústria sul-coreana e conquistou destaque no cenário internacional, especialmente por meio do crescimento de produções no âmbito musical, representadas pelo gênero *K-pop*, e na esfera da moda. A análise concentra-se na concepção dos vestuários, destacando elementos que estabelecem um diálogo com o público, superando barreiras linguísticas. A tradução desse fenômeno se dá por meio de elementos visuais e sonoros, utilizando conceitos que despertam interesse e desejo. Nesse contexto, a comunicação visual e sonora desempenha um papel essencial, transcendendo fronteiras culturais e promovendo uma interação mais profunda entre a produção sul-coreana e seu público global.

Palavras-chave: Onda *Hallyu*; *K-pop*; Figurino; Moda.

ABSTRACT

This paper aims to explore the rise of the Hallyu Wave, analyzing how this cultural phenomenon emerged within the South Korean industry and gained international prominence, particularly through the growth of musical productions, represented by the *K-pop* genre, and in the fashion industry. The analysis focuses on the design of clothing, highlighting elements that establish a dialogue with the audience, transcending linguistic barriers. The translation of this phenomenon occurs through visual and auditory elements, utilizing concepts that evoke interest and desire. In this context, visual and auditory communication plays a fundamental role, transcending cultural boundaries and promoting a deeper interaction between South Korean production and its global audience.

Keywords: Hallyu Wave; *K-pop*; Costume; Fashion.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Metodologia Double Diamond	12
Figura 2 – Grupo de <i>K-pop</i> H.O.T, 1996	18
Figura 3 – Grupo de <i>K-pop</i> NCT Dream, 2021	19
Figura 4 – Colaboração Kai x Gucci	21
Figura 5 – Lee Felix x Elle Korea	22
Figura 6 – Jennie x Chanel	22
Figura 7 – Jackson Wang x Vogue	23
Figura 8 – Painel de inspiração: Cyberpunk	25
Figura 9 – Painel de inspiração: Ornamentado	25
Figura 10 – Painel de inspiração: Colegial	26
Figura 11 – Painel de inspiração: Tradicional	26
Figura 12 – Croqui conceito Ornamentado – Caderno de processos	27
Figura 13 – Croqui conceito Street Wear – Caderno de processos	28
Figura 14 – Croqui conceito Andrógino – Caderno de processos	29
Figura 15 – Croqui conceito Cyberpunk – Caderno de processos	30
Figura 16 – Croqui conceito Techwear – Caderno de processos	32
Figura 17 – Croqui conceito Sexy – Caderno de processos	33
Figura 18 – Croqui conceito Colegial – Caderno de processos	34
Figura 19 – Croqui conceito Militar – Caderno de processos	35
Figura 20 – Croqui conceito Tradicional – Caderno de processos	36
Figura 21 – Modelagem do top do vestido conceito Fofo	37
Figura 22 – Modelagem da saia do vestido Fofo (versão 1)	33
Figura 23 – Modelagem da saia do vestido Fofo (versão 2)	34
Figura 24 – Modelagem da calça conceito Cyberpunk (v.1)	35
Figura 25 – Modelagem da calça conceito Cyberpunk (v.2)	36
Figura 26 – Modelagem da calça conceito Cyberpunk (v.3)	37
Figura 27 – Modelagem da blusa conceito Cyberpunk	38
Figura 28 – Modelagem dos recortes da blusa	39
Figura 29 – Modelagem das costas da blusa	40
Figura 30 – Figurino final da blusa conceito Cyberpunk	41
Figura 31 – Detalhe lateral direita da blusa Cyberpunk	42
Figura 32 – Costas da blusa conceito Cyberpunk	43

Figura 33 – Conjunto final – Conceito Cyberpunk	44
Figura 34 – Detalhe do bolso da calça Cyberpunk	45
Figura 35 – Protótipo do vestido conceito Fofo	46
Figura 36 – Protótipo do vestido conceito Fofo (lateral)	47
Figura 37 – Protótipo do vestido conceito Fofo (frente)	48
Figura 38 – Protótipo do vestido conceito Fofo (lateral 2)	52
Figura 39 – Vestido conceito Fofo (frente 2)	53
Figura 40 – Camisa – Conceito Colegial	54
Figura 41 – Conjunto final – Conceito Colegial	55
Figura 42 – Blazer cropped – Conceito Ornamentado	56
Figura 43 – Calça – Conceito Ornamentado	57

Sumário

INTRODUÇÃO.....	18
Justificativa e Relevância	19
Objetivos.....	19
Objetivos específicos.....	20
Metodologia.....	20
Etapas de desenvolvimento	21
1. A ONDA <i>HALLYU</i>	24
1.1 A Onda Hallyu.....	24
1.2 O Brasil de encontro com a Onda <i>Hallyu</i>	25
2. O VESTUÁRIO.....	26
2.1 Sobre o vestuário	27
2.2 Grupo de <i>K-pop</i> NCT Dream	28
2.3 Como o vestuário é pensado.....	29
3. MÚSICA E MODA	30
3.1 Colaborações: <i>idols</i> x mundo da moda.....	31
4. MODA E IDENTIDADE VISUAL NO <i>K-POP</i> : DA INSPIRAÇÃO AO DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	33
4.1 A Atração.....	34
4.2 Briefing.....	34
4.3 Gerações de alternativas	37
5. MOLDES.....	48
5.1 Modelagens.....	48
5.2 Desenvolvimento de vestuário e protótipo	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
REFERÊNCIAS	70

INTRODUÇÃO

A onda coreana, também conhecida como *Hallyu*, refere-se à crescente popularidade da cultura sul-coreana em todo o mundo, incluindo a música pop, conhecida como *K-pop*. No caso do Brasil, a ascensão do *K-pop* e a disseminação da cultura coreana ocorreram devido a vários fatores, dentre eles, o acesso à internet e o uso das redes sociais. Desse modo, o público brasileiro pôde descobrir e compartilhar conteúdos relacionados ao *K-pop* de forma mais ampla e rápida. Isso permitiu que a música e os vídeos dos artistas coreanos fossem facilmente divulgados e alcançassem um número maior de pessoas.

O *YouTube*, por exemplo, desempenhou um papel fundamental na popularização do *K-pop* no Brasil. Os fãs brasileiros começaram a descobrir e compartilhar vídeos musicais, performances e programas de variedades de grupos de *K-pop*, ajudando a difundir o gênero no país. Com a visibilidade crescente, a vinda de artistas do meio para o Brasil em shows e eventos internacionais contribuiu para a expansão de bases de admiradores.

Outro fator favorável foi o engajamento através das redes sociais, com comunidades online dedicadas aos artistas e compartilhando conteúdo relacionado ao gênero. Essa participação ativa ajudou a fortalecer a presença do *K-pop* no Brasil e a conectar os fãs entre si, criando uma rede.

As agências de entretenimento coreanas têm realizado esforços para expandir internacionalmente a presença do *K-pop*. Isso inclui a realização de turnês mundiais, lançamento de versões em inglês de músicas e programas de variedades com legendas em vários idiomas, incluindo até mesmo o português.

Esses fatores combinados contribuíram para o crescimento e a popularidade do *K-pop* no Brasil, gerando uma base de fãs dedicada e entusiasmada. O estilo musical cativante, as coreografias elaboradas e o carisma dos artistas coreanos conquistaram o público brasileiro e continuam a influenciar a cultura musical do país.

Este trabalho pretende desenvolver uma coleção de looks para grupos *K-pop*, com 10 diferentes conceitos, baseados na cultura coreana e dentro do contexto do *K-pop*. Para isto, está dividido em 6 capítulos. O primeiro discursa sobre a onda *Hallyu* e seu significado. O segundo capítulo versa sobre o vestuário. Enquanto que o terceiro cita colaborações entre *Idols* e o mundo da Moda. O quarto capítulo aborda as gerações de alternativas a partir de croquis, no quinto capítulo alguns registros dos processos das modelagens e por último o desenvolvimento de vestuário e protótipos.

Em seguida, é feito o briefing da coleção, tendo as gerações de alternativas como possibilidades de atendimento a este briefing. Como prototipação, quatro looks serão apresentados. Por fim, nas Considerações finais, há uma descrição da trajetória até então, apontando o desenvolvimento do trabalho e suas perspectivas.

Justificativa e Relevância

Diante do cenário atual e de um mundo cada vez mais conectado digitalmente, nas relações construídas através das mídias, a cultura coreana vem ocupando seu espaço dentro do mercado da música e da moda, e no consumo em geral. Com grande potencial em valor artístico e econômico em nível mundial, através do método de *Soft Power*, um dos meios utilizados pelo governo sul coreano para expandir suas produções para o mundo através do investimento na exportação da cultural, assim conquistando força e prestígio por esse canal em várias partes do mundo, e principalmente no Brasil.

Conforme Barbara Correa em matéria para Terra (2022), desde 2018 os fluxos de consumo de *K-pop* aumentaram 230% globalmente, o que resulta em 8 bilhões de *streams* por mês em todo o mundo. De acordo com o Twitter (2021), o Brasil é o oitavo país no mundo com mais menções e conversas sobre *K-pop*.

Dentro desse contexto, este trabalho visa realizar o desenvolvimento de uma coleção de figurinos *K-pop* a partir de dez conceitos temáticos sendo eles: Militar, Tradicional, Ornamentado, Andrógino, Colegial, Sexy, *Techwear*, *Streetwear*, *Cyberpunk* e Fofo, levando em consideração os estudos e análises de vestuário feitas durante a pesquisa, e a importância da comunicação visual através da roupa.

Objetivos

O objetivo deste trabalho é desenvolver quatro *looks* baseados no universo *K-pop*, a partir do estudo sobre a propagação da Onda *Hallyu* em nível internacional, o impacto e as movimentações no público brasileiro. Seu poder de influência, como forma de expansão através de sua comunicação visual, criando um diálogo entre o *K-pop* e a Moda.

Objetivo geral

Desenvolver uma coleção de looks baseada na cultura coreana e o movimento *Hallyu*, a partir do estudo sobre a propagação da Onda *Hallyu* em nível internacional, o impacto e as movimentações no público brasileiro. Seu poder de exportação cultural, como forma de expansão através de sua comunicação visual, criando um diálogo entre o *K-pop* e a Moda.

Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste trabalho consistem em discutir sobre a onda *Hallyu* e sua influência global; compreender o *K-pop*, explorando possíveis preconceitos ou imaginários pré-concebidos associados ao gênero; analisar como o vestuário é pensado e elaborado no cenário do *K-pop*; identificar artistas do *K-pop* que mantêm associações com marcas de luxo; e, por fim, elaborar composições de looks inspirados no universo estético característico desse estilo musical.

Metodologia

A metodologia utilizada neste trabalho é a *Double Diamond*, uma abordagem comumente utilizada em processos de resolução de problemas ou tomada de decisões. Essa abordagem cujo conceito vem a partir do Design Council (2004), se desdobra em duas fases principais, representadas pelos 'diamantes', cada uma compreendendo etapas divergentes e convergentes (Figura 1).

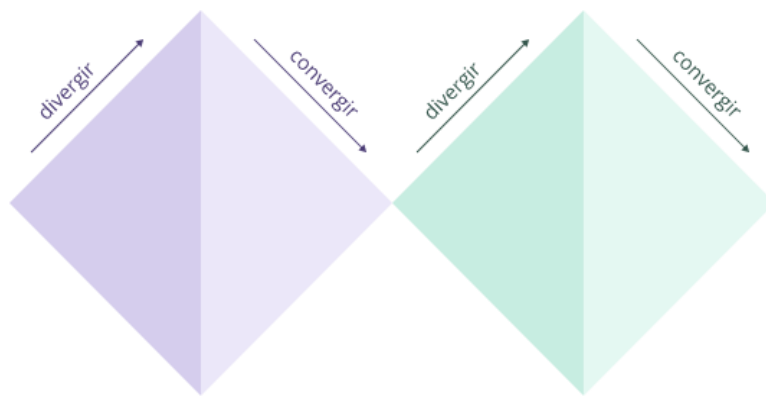
Na primeira fase, conhecida como o primeiro diamante, nos deparamos com a etapa Divergente. Nesse estágio, o objetivo primordial é fomentar a geração de um leque abrangente de ideias ou soluções para o problema em questão. Encoraja-se a expressão livre e criativa, sem imposição de restrições. Técnicas como *brainstorming*, debates abertos e outras estratégias de geração de ideias podem ser aplicadas. Na sequência, adentramos à etapa Convergente, na qual procedemos à avaliação e análise crítica das ideias geradas anteriormente. A seleção das soluções mais promissoras ou relevantes ocorre com base em critérios predefinidos, empregando ferramentas como matriz de avaliação, votação ou outras abordagens de filtro.

No segundo diamante, durante a etapa Divergente, as soluções previamente selecionadas são exploradas mais a fundo, ampliando-se as ideias e considerando implicações

e perspectivas diversas. Na etapa Convergente subsequente, uma decisão final é tomada com base nas análises realizadas, consolidando informações e insights obtidos ao longo do processo.

Essa abordagem do 'diamante duplo' destaca-se por equilibrar o pensamento divergente, que propicia a geração de opções variadas, com o pensamento convergente, responsável por eleger a melhor solução. Por promover a criatividade, análise cuidadosa e a tomada de decisões informadas, essa metodologia revela-se valiosa em contextos que demandam uma abordagem ponderada e abrangente.

Figura 1: Metodologia Double Diamond



Fonte: Alura.com.br, 2023.

Etapas de desenvolvimento

22/04 à 05/05: Foram realizadas as primeiras reuniões com a orientadora, definimos alguns tópicos que julgamos serem mais interessantes de um modo mais geral, mas que fossem interessantes, instigantes. Seguindo pela leitura de matérias e artigos acadêmicos relacionados à cultura coreana de modo livre, mesmo com alguns tópicos já pré-definidos. O que seria a primeira fase do diamante, em que começamos a gerar tópicos para discutir alternativas e ideias.

06/05 a 11/05: De modo a melhor organizar e visualizar as ideias, mas sem perder a liberdade criativa seguindo a etapa divergente do diamante, também servindo como uma forma de

brainstorming, foi criada uma pasta de painéis de imagens com conceitos de estilo relacionados ao vestuário de artistas musicais no cenário do *K-pop*.

12/05 à 20/05: Dei continuidade a coleta de mais referências de imagens e bibliográficas para usar no projeto, como também assistir videocliques de artistas *K-pop*, observando as temáticas e escolhas dos vestuários. Cores, detalhes, ornamentos, recortes e modelagens das peças.

21/05 à 27/05: Foi iniciado o desenvolvimento do relatório, com as referências bibliográficas coletadas até o momento.

28/05 à 02/06: Ainda na fase divergente se inicia a geração de ideias para o desenvolvimento do caderno de processos digital, com imagens de referência e também dos painéis de estilo criado anteriormente. Essa fase também se aplica aos *croquis*.

03/06 à 10/06: Foram criados 10 croquis com base nos conceitos de estilo que selecionamos. Cada peça foi desenvolvida pensada em um conceito diferente do outro, todos presentes nos vestuários do *K-pop*.

11/06 à 17/06: Análise dos croquis, escolha dos modelos a serem prototipados que seriam confeccionados.

18/06 à 26/06: Os croquis a serem confeccionados foram selecionados, foram definidos os tecidos, aplicando a estratégia de geração de ideias para melhor decidir quais materiais e as cores a serem utilizadas nas peças, de acordo com as características de estilo e temática de cada uma das peças. Início da confecção dos croquis de conceito *Fofô* e *Cyberpunk* escolhidos para os protótipos.

27/06 à 01/07: Foram realizadas revisões no relatório escrito, também definidos os tópicos que entraram na apresentação em slide, e desenvolvi o caderno de processos físico. Finalização dos protótipos costurados.

11/07: Apresentação do pré-tcc para a banca.

12/07 à 23/07: Início das mudanças e adaptações em todo o trabalho de um modo geral, em relação aos assuntos abordados, peças e referências. Aqui entramos na etapa convergente do primeiro diamante e analisamos o que foi apresentado, para melhor segmentar o caminho de produção e pesquisa. É também definida a escolha dos outros dois croquis a serem desenvolvidos. E é nessa etapa que começamos a explorar as melhores soluções mais a fundo.

24/07 à 23/08: Com base na análise convergente decidimos modificar acessórios, para manter um padrão na peça do conceito Cyberpunk e melhorias no acabamento.

24/08 à 12/09: Foram feitas mais pesquisas bibliográficas e também de imagens para melhor definir o Briefing.

24/09 à 27/09: Nessa etapa convergente da pesquisa já havíamos começado a eleger as melhores soluções, colocando em vista, o que já tínhamos do projeto até então.

28/09 à 03/10: Pesquisa online de quais seriam os tecidos que iriam comportar os looks, foi realizada uma análise cuidadosa para escolha. De acordo com o resultado que queríamos obter em relação ao brilho, peso, leveza e modelagem.

04/10 à 10/10: Nessa fase de análise dos croquis, chegamos a conclusão que deveríamos adaptar a construção de algumas peças alterando o desenho e consequentemente a modelagem.

11/10 à 27/10: Trabalhamos na modelagem do conceito ornamentado, iniciando pelo blazer.

28/10 à 01/11: Demos continuidade a modelagem do conjunto ornamentado para criar uma calça de alfaiataria. Também foi confeccionada a modelagem da camisa do conceito Colegial.

02/11 à 07/11: Continuidade da modelagem da camisa colegial e da camisa Tradicional.

08/11 à 17/11: Corte da saia do conceito Tradicional. Confecção das peças do conceito Colegial e Ornamentado.

18/11 à 28/11: Revisão de relatório, escolha das pedras que iriam para o bordado da peça do conceito ornamentado. Já nessa etapa convergente do Diamante Duplo, são consolidadas as decisões finais, com todas as ideias, observações e mudanças realizadas ao longo de todas as fases anteriores.

30/11 à 08/12: Finalizações de acabamentos das peças, caderno de processos, apresentação em slide e relatório das tomadas de decisões e resultados obtidos através da metodologia do Diamante Duplo.

15/12: Apresentação do projeto para a banca final.

1. A ONDA *HALLYU*

A chamada Onda Hallyu, ou Onda Coreana, representa um fenômeno cultural transnacional originado na Coreia do Sul que, a partir da década de 1990, começou a conquistar espaços no cenário midiático global. Impulsionada inicialmente pela popularização dos *K-dramas* no mercado asiático, essa onda se expandiu por meio de um conjunto diversificado de produtos culturais, incluindo o *K-pop*, o cinema, a moda, a gastronomia, a estética e o idioma coreano. A crescente visibilidade dessas manifestações culturais no ocidente evidencia não apenas o poder de exportação da indústria cultural sul-coreana, mas também o interesse de públicos diversos em consumir e se identificar com valores, estilos e estéticas que fogem à lógica tradicionalmente ocidental.

No Brasil, o impacto da *Hallyu* tornou-se cada vez mais perceptível a partir dos anos 2010, especialmente com a realização de shows de artistas de *K-pop*, a promoção de eventos culturais por instituições coreanas e a participação ativa dos fãs em ambientes físicos e virtuais. Essa aproximação cultural revela uma dinâmica de intercâmbio que desafia estereótipos e amplia o entendimento sobre outras formas de expressão artística. Diante disso, compreender a *Hallyu* vai além de observar uma simples tendência pop: trata-se de analisar como um país asiático conseguiu projetar globalmente sua cultura por meio de estratégias midiáticas e do envolvimento afetivo de públicos estrangeiros, construindo um novo espaço de influência cultural global.

1.1 A Onda *Hallyu*

De acordo com Daniela Mazur (2020) pesquisadora associada ao MidiÁsia, grupo de pesquisa em mídia e cultura asiática contemporânea, a Onda Coreana, em seu caráter de fenômeno cultural transnacional originário da Coreia do Sul, é o grande produto do cenário supracitado dos anos 1990 na indústria cultural sul-coreana. Esse fenômeno abrange o levante cultural do país em meio ao cenário internacional através do intenso fluxo de produtos culturais, como *K-dramas*, *K-pop*, cinema, moda, estética, gastronomia e idioma, que conquistou grande popularidade na Ásia e, crescentemente no ocidente.

A pesquisadora acrescenta que, esse movimento deu início ao consumo massivo de *K-dramas* no mercado regional e, a partir disso, o *K-pop*, que estava presente nas trilhas sonoras de produções audiovisuais, começou a circular também nesse mercado de exportação. Como a

Hallyu abrange um universo cultural, o consumo dos dramas de TV e da música pop no exterior alavancou a exportação também de um estilo de vida associado a esses produtos.

No início dos anos 2010, percebeu-se a intensa força da Onda Coreana chegando também às praias brasileiras, do seguinte modo:

- Shows de artistas do *K-pop* sendo realizados todos os anos e periodicamente;
- Eventos culturais sendo promovidos pelos órgãos do governo sul-coreano no Brasil;
- Forte consumo e presença dos fãs em eventos realizados pelos próprios e, especialmente, na internet;
- O crescimento contínuo de títulos sul-coreanos no catálogo brasileiro da *Netflix*;
- A organização dos fãs-clubes.

Atualmente, o impacto da *Hallyu* no Brasil, por mais que seja nichado, é claro. Segundo dados do Centro Cultural Coreano no Brasil (que faz parte do Governo da Coreia), são mais de 300.000 mil fãs brasileiros.

Ao se tratar de aspectos culturais é necessário compreender que dentro do *K-pop* existe um tipo diferenciado de dedicação, uma vez que a lógica não-ocidental do fenômeno é diferente das quais fomos acostumados, em vista da nossa tradição colonial enraizada no eurocentrismo. O idioma não é o inglês, os artistas são asiáticos amarelos e as dinâmicas culturais não são ocidentais. Então, o fã precisa primeiramente compreender a lógica cultural totalmente distante do que nós brasileiros fomos acostumados como nação. É necessário, ao consumir o *K-pop*, ter um esforço de compreender a cultura ali apresentada, de forma justa e menos estereotipada possível.

O fato de ser em um idioma pouquíssimo falado no mundo, o trabalho de tradução e estudo da língua normalmente faz parte dessa cultura fã, de resto, não é muito diferente de ser fã de qualquer outro artista ocidental. Como o consumo da *Hallyu* aqui no Brasil é basicamente feito pela internet, os *K-poppers* têm uma relação muito próxima das ferramentas online, já que os próprios artistas e suas empresas, cientes disso, também expandem o contato pelas redes sociais.

1.2 O Brasil de encontro com a Onda *Hallyu*

No Brasil, de acordo com a matéria publicada no *site* Agência Brasil (25/06/2023) a introdução significativa dos produtos da Onda *Hallyu* se deu há aproximadamente uma década, impulsionada especialmente pelo avanço das redes sociais e pela realização dos primeiros

shows de *K-pop* no país. O ponto de virada mais marcante ocorreu nos primeiros anos da década de 2010, quando testemunhamos os primeiros eventos de grande porte dedicados ao *K-pop* aqui no Brasil.

Em 2011, o país recebeu seu primeiro evento oficial, marcando a chegada de um grupo de *K-pop*, inicialmente por meio de uma iniciativa voltada para os fãs, caracterizada por sua singularidade. No final desse mesmo ano, um grandioso espetáculo foi realizado no Espaço Unimed (antigo Espaço das Américas), localizado em São Paulo, solidificando ainda mais a presença do *K-pop* no cenário cultural brasileiro. Esses acontecimentos representam um marco fundamental na disseminação e consolidação da cultura *K-pop* no Brasil.

Dois anos após esse período de impulso, foi instalado o Centro Cultural Coreano, situado na Avenida Paulista, em São Paulo. Essa iniciativa significativa evidenciou não apenas um aumento no consumo de produtos culturais sul-coreanos no Brasil, mas também destacou a relevância do país nesse cenário para o governo coreano, visto que o Centro Cultural Coreano está vinculado ao consulado da Coreia no Brasil. Ao longo da década de 2010, observamos não apenas um aumento contínuo no consumo desses produtos, mas também uma consolidação e enraizamento dessa influência cultural no Brasil, marcando uma fase significativa de intercâmbio cultural e apreciação mútua.

2. O VESTUÁRIO

O vestuário desempenha um papel essencial na construção de identidades e na comunicação visual dentro da cultura pop contemporânea. No contexto do *K-pop*, a moda extrapola sua função estética e passa a atuar como um elemento narrativo que colabora com a performance, o conceito e a mensagem que cada grupo ou artista deseja transmitir. As roupas utilizadas nos videoclipes, apresentações e sessões fotográficas não são escolhas aleatórias, mas sim construções pensadas estrategicamente para comunicar emoções, reforçar conceitos e dialogar com o público de maneira simbólica. Dessa forma, o figurino torna-se parte integrante da linguagem do *K-pop*, carregando significados que complementam a sonoridade e a coreografia.

A importância do figurino no *K-pop* está diretamente ligada à forma como a indústria se organiza enquanto produto cultural exportável. A estética dos grupos é cuidadosamente desenvolvida por equipes criativas compostas por estilistas, diretores de arte e produtores, que moldam uma imagem visual coerente com os conceitos artísticos das músicas e álbuns. O estilo

adotado por determinados grupos torna-se, muitas vezes, uma marca registrada, influenciando tendências da moda e sendo amplamente replicado por fãs ao redor do mundo. Por isso, entender o vestuário no *K-pop* é também compreender um importante aspecto da sua linguagem e do seu apelo global.

2.1 Sobre o vestuário

O grupo H.O.T (High-five Of Teenagers) é considerado um dos pioneiros do gênero *K-pop* na Coreia do Sul. Formado por cinco integrantes — Kangta, Tony, Jaewon, Heejun e Woohyuk — o grupo fez sua estreia em 1996, marcando o início de uma nova era na música popular sul-coreana. Conforme relata a jornalista Agnes Nobre em artigo publicado no site *Café com Kimchi*, o primeiro projeto do H.O.T foi o álbum intitulado *We Hate All Kinds of Violence*, composto por nove faixas. O single de estreia, *Descent Of Warriors*, abordava a temática do bullying sob uma perspectiva mais sombria e reflexiva. Já o segundo single, *Candy*, desempenhou papel fundamental na consolidação da identidade visual e sonora do grupo, além de ter sido decisivo para conquistar a atenção e o engajamento do público jovem (Figura 2).

Nobre (2023) destaca que o H.O.T foi um dos boygroups pioneiros na primeira geração do *K-pop*, e sua música é representativa daquela época, tanto em sonoridade quanto na estética do videoclipe. No vídeo, o quinteto dança em um parque de diversões usando roupas coloridas. A jornalista descreve a melodia como enérgica e contagiante, destacando a habilidade do grupo em proporcionar uma experiência musical cativante aos ouvintes.

Figura 2: Grupo de *K-pop* H.O.T, 1996



Fonte: Soompi. H.O.T, 1996.

Segundo informações do sítio eletrônico Soompi em 2013, Jang Woo Hyuk, um dos membros do grupo H.O.T., revelou ter desempenhado um papel significativo na concepção dos figurinos para a música "Candy". O artista compartilhou que sua inspiração veio dos trajes de palco do grupo OneTwo e que buscava transmitir uma sensação semelhante de fofura por meio das roupas escolhidas, criando assim um conceito adorável para a performance.

De acordo com o colunista de Kpop da Billboard Jeff Benjamin. Agora, mais de 25 anos depois que HOT lançou "Candy" sob a SM Entertainment, a gravadora do *K-pop* traz de volta o clássico chiclete com seu grupo de Kpop masculino mais jovem, NCT DREAM. A faixa dos anos 90 é um ajuste perfeito para a energia jovem e animada que DREAM traz para sua música com a faixa reinterpretada com um arranjo ligeiramente atualizado. Benjamin afirma que o videoclipe que acompanha tem um visual brilhante pelo qual o *K-pop* é conhecido hoje, mas homenageando o visual original do H.O.T para "Candy" com a moda (como o chapéu amarelo muito felpudo de Jeno dos anos 90) e os cenários (incluindo filmagem em um parque de diversões igual ao original), conclui o jornalista.

2.2 Grupo de *K-pop* NCT Dream

Segundo o site Koreain em 2021, o grupo de *K-pop* Nct Dream, é uma subunidade de um grupo maior o Neo Culture Technology, ativo desde 2016 pela agência SM Entertainment, com o conceito de rotacionar os membros, e sendo também um grupo expansivo e infinito, sem limites de membros com bases e conceitos diferentes, com início em Seul se expandindo por todo o mundo. A proposta do grupo Nct Dream começou com um conceito fofo e jovial, composto pelos sete membros mais novos: Mark, Jeno, Renjun, Haechan, Jaemin, Chenle e Jisung.

Figura 3: Grupo de *K-pop* NCT Dream, 2021.



Fonte: INKYStyle. Grupo de Kpop NCT Dream, 2022.

2.3 Como o vestuário é pensado

Lurie (1997 *apud* Paz, 2021) enfatiza que a moda é a linguagem de signos, um sistema não-verbal de comunicação. Antes mesmo de a pessoa falar “oi”, sua roupa está dizendo muitas coisas a seu respeito. Ao vestir-se é preciso saber que toda e qualquer roupa ou produção visual estará comunicando algo, pois as roupas, além de cumprirem seu papel primordial de cobrir a nudez e proteger o corpo, são códigos que, como as palavras, evidenciam sentimentos, sensações e atitudes.

Nesta perspectiva, Santaella (1984) corrobora com Lurie (1997) ao afirmar que quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significações que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Assim, Lurie (1997).

Explica que as roupas transcendem a roupa em si e o ato de vestir. Assim, o vocabulário das roupas inclui não apenas peças de roupas, mas também estilos de cabelos, acessórios, joias, maquiagem e decoração do corpo. A moda que lidera pode ter centenas de “palavras” à disposição e, portanto, ser capaz de formar milhares de “frases” diferentes que vão demonstrar uma ampla gama de significados. Assim como conhecemos muito mais palavras do que usamos usualmente em uma conversa, temos significativa condição de compreender o significado destes estilos que pode ser que nunca façamos uso. (LURIE, 1997, p. 43)

Para Paz (2021), o figurino ou traje de cena é de suma importância na “leitura” de uma obra artística performática, como em uma [...] apresentação musical. Sem o figurino, a história é contada pela metade, a identificação do público é comprometida e perde-se grande parte do que pode ser chamado de arte em movimento. O *K-pop* utiliza o figurino como meio preponderante na sua comunicação com o seu público. (PAZ, 2021, p.11).

Dewet, Imenes e Park (2017, p. 23) reforçam que “[...] o *K-pop* é muito mais que um cenário musical. A parte fashion e os elementos visuais são tão importantes para compor o conceito de um grupo de *K-pop* quanto à parte sonora”. É importante ressaltar que dentro do universo do *K-pop* em um Girlgroup ou Boygroup existem conceitos, os quais são adotados pelo grupo, em diferentes apresentações, videocliques, ou para figurinos de palco. Eles podem mudar. Esses conceitos são definidos entre temáticas que podem acompanhar ou não, a composição das letras das músicas.

3. MÚSICA E MODA

A interseção entre música e moda tem se tornado cada vez mais evidente no cenário contemporâneo, especialmente dentro do universo do *K-pop*. Os *idols*, além de cantores e dançarinos, também atuam como influenciadores culturais que moldam comportamentos, inspiram estilos e movimentam a indústria da moda. Sua imagem pública cuidadosamente construída é parte essencial da sua identidade artística, e muitas vezes ultrapassa os limites da performance musical para adentrar o campo da moda, da publicidade e da representação de marcas globais. Assim, a figura do *idol* transforma-se em um símbolo de estilo e tendência, abrindo espaço para colaborações com grandes nomes da alta-costura.

O impacto dos *idols* na moda global não se limita apenas ao consumo de produtos ou à adoção de tendências por fãs. Cada vez mais, artistas do *K-pop* têm ocupado posições de destaque como embaixadores, modelos e cocriadores de coleções junto a marcas de luxo. Esse fenômeno se deve, em grande parte, à popularidade mundial desses artistas e à capacidade que possuem de conectar culturas e gerar engajamento massivo nas redes sociais. O resultado são colaborações que extrapolam o marketing convencional, transformando a moda em um canal de expressão artística, identidade e conexão cultural — consolidando o *K-pop* como um poderoso vetor da moda contemporânea.

3.1 Colaborações: *idols* x mundo da moda

De acordo com Coronato (2021) a Ásia é uma das maiores influências da moda e lançamentos de tendências no mundo, quando a maioria dos representantes e embaixadores de consumidores de moda são personalidades do *K-pop*. Com participações em campanhas, presença em desfiles e ações de marketing o que potencializa o alcance global das marcas, devido exatamente ao fato de alcance e influência de ultrapassar barreiras do *K-pop*.

Coronato (2021) destaca alguns ídolos que já fizeram parcerias com marcas de luxo, entre eles: Kai, um dos membros do grupo sul-coreano EXO, para Gucci, com uma coleção 100% inspirada e produzida em parceria com o artista. Ocorreu no período da entrada do novo diretor criativo Alessandro Michele para a marca, que construía uma consolidada relação com a música, a parceria também contou com o fotógrafo sul coreano Min Hyunwoo e diretor de cinema Woogie.

Figura 4: Colaboração Kai x Gucci



Fonte: Revista *online* Harper's Bazar Kai X Gucci (2021)

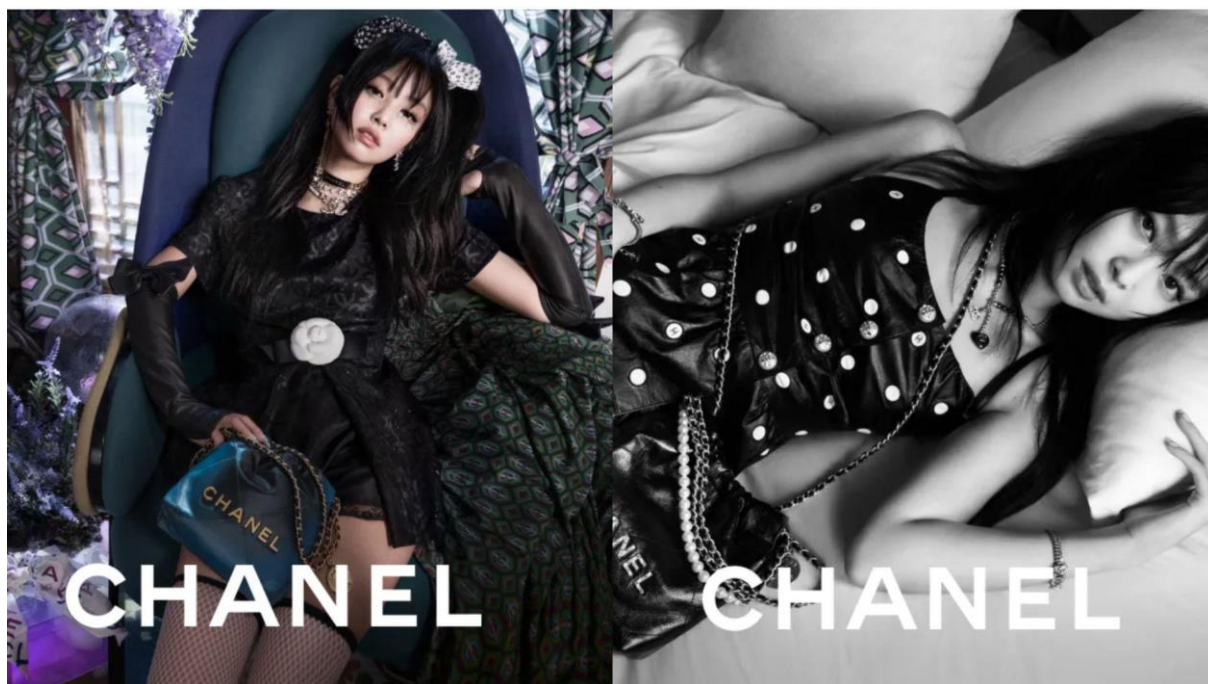
Lee Felix, integrante do grupo de Kpop Stray Kids, em três capas da revista Elle Korea para a edição de maio de 2023, em que usa diferentes conjuntos da marca francesa de luxo Louis Vuitton pode ser visto na capa da Elle Korea com o cantor Lee Felix.

Figura 5: Lee Felix X Elle Korea



Fonte: Thefashionist. Felix do grupo Stray Kids, para Elle Korea (2023).

Figura 6: Jennie x Chanel



Fonte: Chanel.com. Jennie do grupo BlackPink para Chanel (2023).

Figura 7: Jackson Wang X Vogue



Fonte: Vogue.sg. Jackson Wang do grupo GOT7 para Vogue Singapura (2022).

A moda *K-pop* é conhecida por sua natureza vanguardista e futurista, mas também há uma forte presença de influências retrô, afirma Rezende (2023) para o sítio eletrônico Kpopnews2.com. Ela destaca que os ídolos do *K-pop* incorporam elementos das décadas passadas, como os anos 1980 e 1990, em seus estilos contemporâneos. Rezende ressalta ainda que, no *K-pop*, a moda vai além do estilo, desempenhando um papel fundamental na criação de narrativas visuais. Existem os "*fashion concepts*" do *K-pop*, investigando como os looks dos ídolos são cuidadosamente planejados para transmitir mensagens e contar histórias.

4. MODA E IDENTIDADE VISUAL NO K-POP: DA INSPIRAÇÃO AO DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

Nas últimas décadas, a indústria cultural sul-coreana tem se consolidado como um dos principais fenômenos midiáticos globais. O *K-pop*, expressão musical mais emblemática dessa expansão, conquistou espaço significativo nos mercados internacionais ao articular estética, performance e inovação tecnológica. Essa expansão não ocorreu apenas pelo apelo sonoro de suas músicas, mas também por meio de uma complexa rede de significados culturais e visuais, capazes de dialogar com diversos públicos ao redor do mundo. O sucesso dos ídols transcende

o palco, transformando-os em ícones de estilo e comportamento, influenciando moda, hábitos de consumo e até mesmo dinâmicas sociais.

Com o avanço das plataformas digitais e o fortalecimento das redes sociais, a difusão da cultura pop sul-coreana tornou-se ainda mais intensa, possibilitando maior alcance e engajamento com públicos diversos. Nesse cenário, o figurino dos artistas torna-se um elemento central de comunicação visual, refletindo conceitos criativos que dialogam com narrativas performáticas específicas. A proposta deste capítulo é justamente explorar a construção estética da moda dentro do universo do *K-pop*, analisando os elementos que compõem o briefing de uma coleção inspirada nesse universo e como os estilos adotados pelos idols dialogam com seus públicos, suas rotinas profissionais e suas identidades culturais.

4.1 A Atração

Em entrevista à Agência Brasil, Daniela Manzur (25/06/2023) explica que, o *pop* sul-coreano representa uma perspectiva local enraizada em uma lógica global já familiar, mas que se transforma de maneira específica, suas próprias identidades de forma única. A ascensão notável da onda coreana nas dinâmicas regionais, combinada às suas características intrínsecas e ao impacto das novas tecnologias de comunicação, tem facilitado a disseminação desses produtos até nós. Além disso, atrai também outros consumidores que, na realidade, buscam diferentes abordagens para o consumo desses produtos midiáticos. O fascinante desses fluxos midiáticos globais é a crescente diversidade que passam a abranger, refletindo a riqueza e a pluralidade cultural presentes nesse fenômeno em constante evolução, ressaltou Daniela.

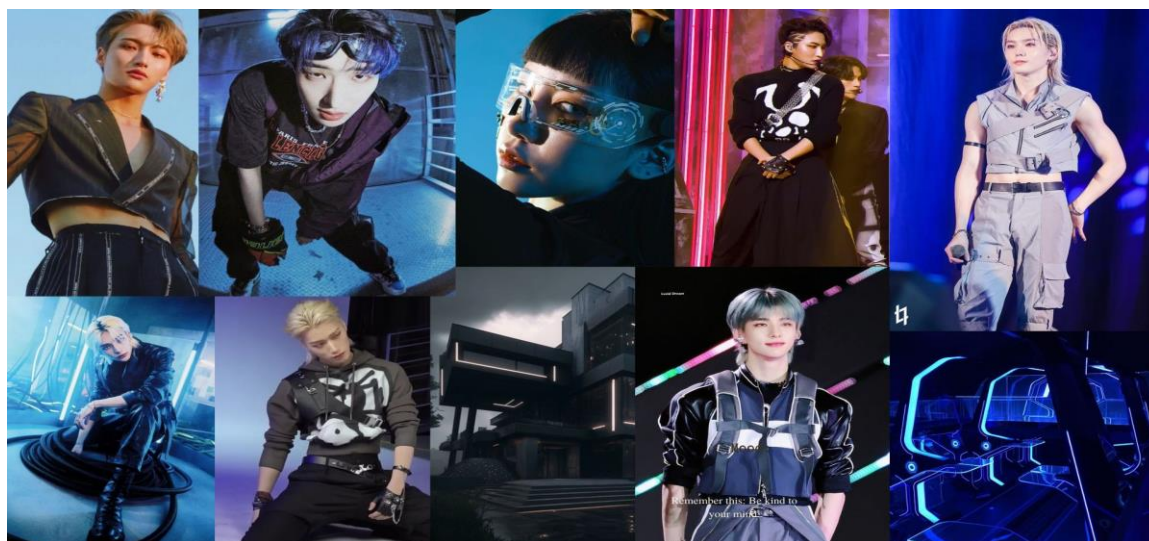
4.2 Briefing

Para o desenvolvimento da coleção, foram definidos critérios específicos a fim de atender às demandas estéticas e funcionais do universo do *K-pop*. A proposta contempla a criação de quatro looks, cada um inspirado em um conceito visual amplamente presente na cultura pop coreana: *Cyberpunk*, Ornamentado, Colegial e Tradicional. Esses conceitos foram escolhidos com base na diversidade de estilos que compõem a identidade visual dos idols e na capacidade de cada temática comunicar distintas narrativas performáticas no palco ou em produções audiovisuais.

O público-alvo da coleção são artistas masculinos do cenário musical do *K-pop*, com faixa etária entre 20 e 25 anos. Considerando a rotina intensa desses performers, que inclui práticas regulares de dança, canto, estudos de idioma, participação em eventos de moda, promoções musicais e viagens internacionais, as peças foram projetadas para oferecer conforto, versatilidade e impacto visual. Assim, o briefing considera não apenas os aspectos estéticos da moda, mas também a funcionalidade e adaptabilidade das roupas ao contexto profissional dos artistas.

Para o conjunto *Cyberpunk*, o material escolhido para seu desenvolvimento foi a sarja na cor grafite, cinza para uma peça mais estrutura e encorpada, característico desse conceito, em um vestuário construído em camadas, com bolsos e aviamentos, entre os quais foram escolhidos zíper, cinto com fivela de encaixe de segurança prata, velcro e argola de ajuste metalizada no bolso. Em seguida o conjunto Ornamentado tem como material de base o tecido Crepe Amanda, com aspecto e toque acetinado na cor vermelha, um blazer *cropped* assimétrico e uma calça alfaiataria. Podendo receber aplicações de pedrarias e bordados. O conjunto colegial, foi idealizado em uma camisa branca com tecido branco Prada trazendo mais sofisticação com seu efeito acetinado, para o short, tecido Brim na cor azul marinho. Em seguida o conceito Tradicional, foi escolhido o tecido Linho Misto na cor laranja, para um caimento mais estruturado e reto. Um *cropped* assimétrico de mangas, uma saia longa em camadas, ambos em modelagem ampla.

Figura 8: Painel de Inspiração Cyberpunk



Fonte: Colagem, acervo pessoal, 2023.

Figura 9: Pannel de Inspiração Ornamentado



Fonte: Colagem, acervo pessoal, 2023.

Figura 10: Pannel de Inspiração Colegial



Fonte: Colagem, acervo pessoal, 2023.

Fonte: Colagem, acervo pessoal, 2023.

4.3 Gerações de alternativas

Figura 12: Croqui conceito Ornamentado, caderno de processos.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 13: Croqui conceito Street Wear, caderno de processos



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 14: Croqui conceito Andrógino, caderno de processos



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 15: Croqui conceito Cyberpunk, caderno de processos



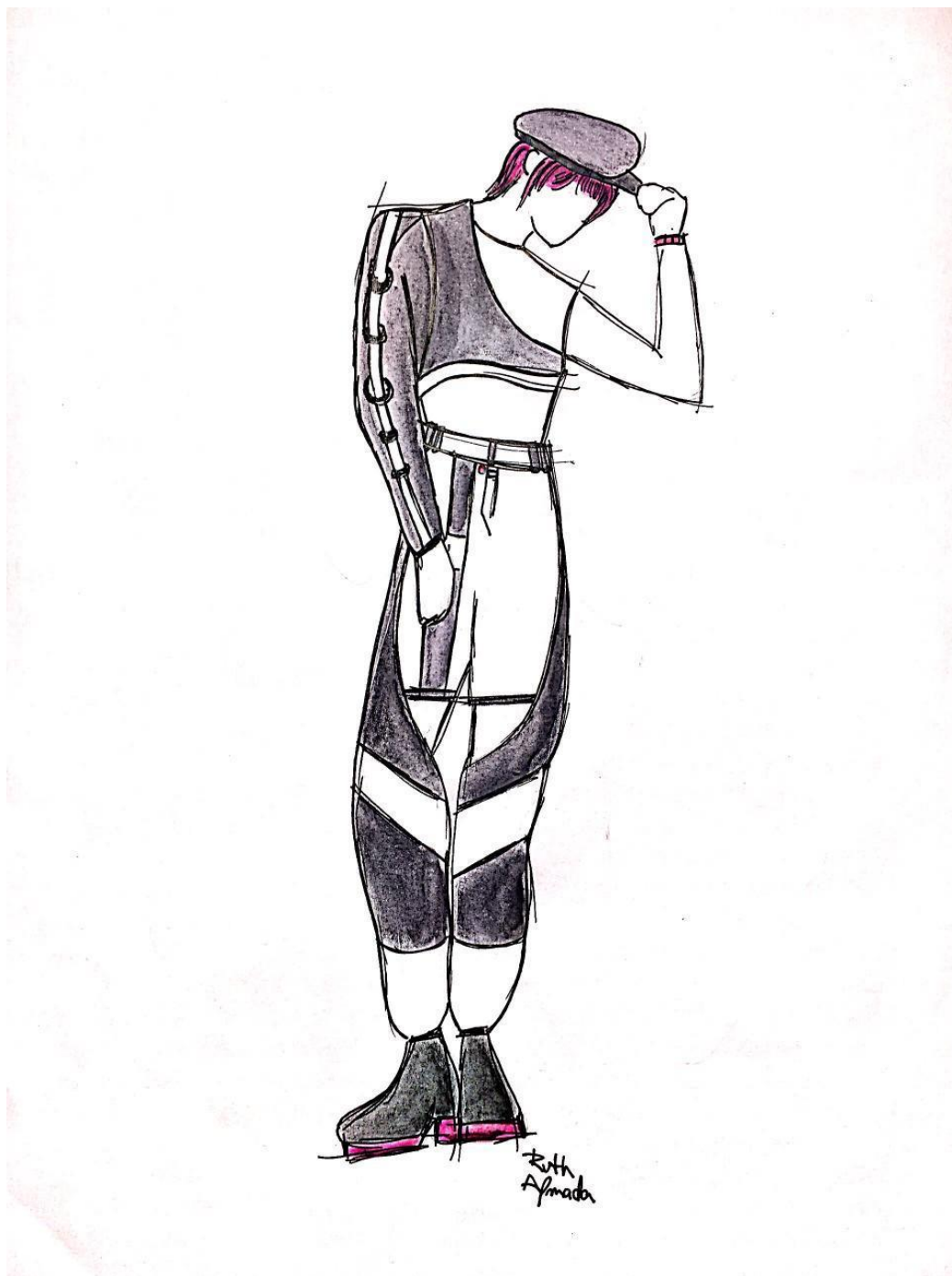
Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 16: Croqui conceito Fofo, caderno de processos.



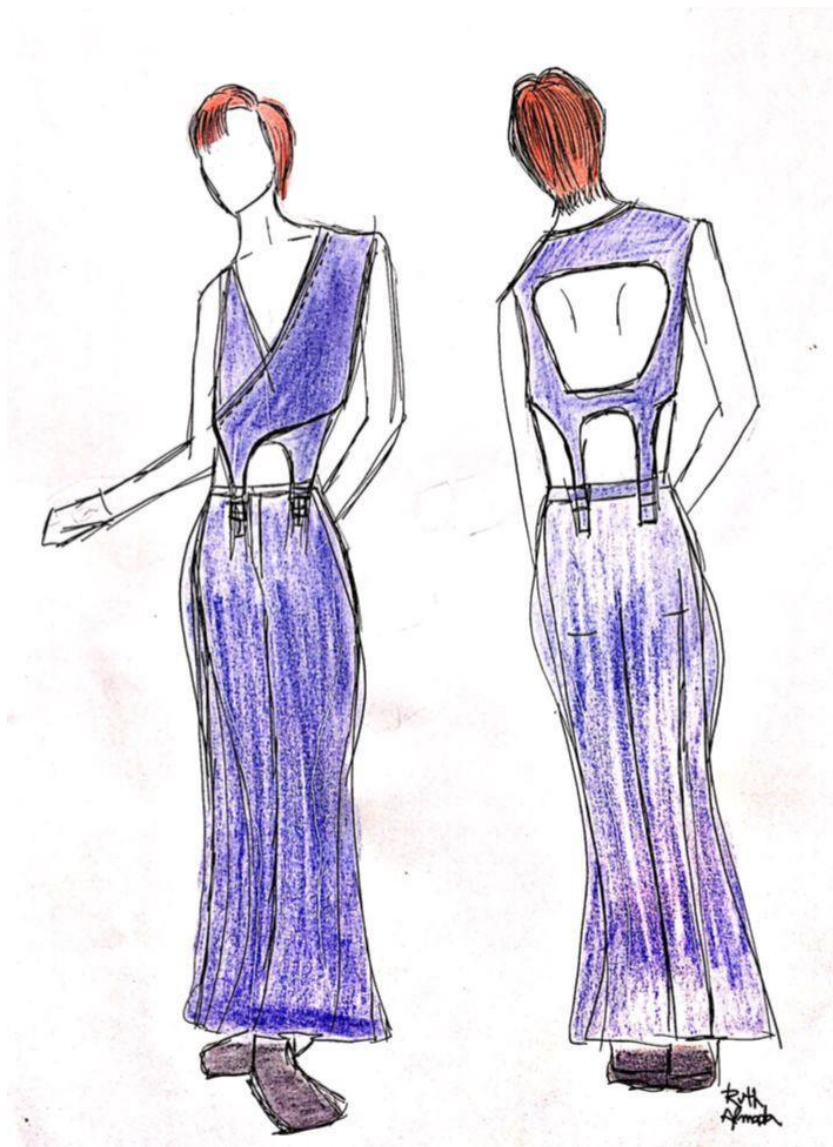
Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 17: Croqui conceito Techwear, caderno de processos.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 18: Croqui conceito Sexy, caderno de processos



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 19: Croqui conceito Colegial, caderno de processos.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 20: Croqui conceito Militar, caderno de processos.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 21: Croqui conceito Tradicional, caderno de processos.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

5. MOLDES

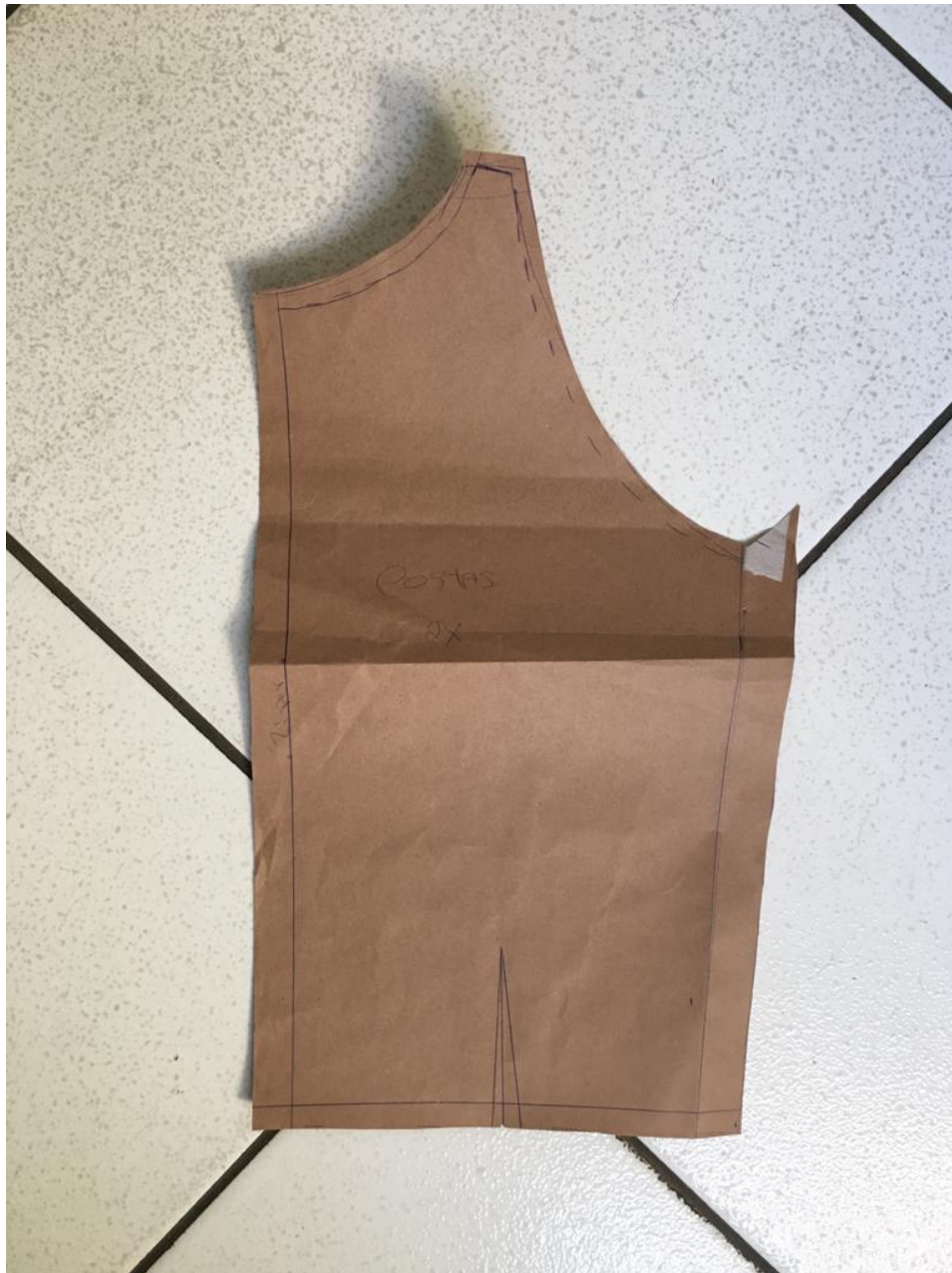
5.1 Modelagens

Figura 22: Modelagem do top do protótipo do vestido



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 23: Modelagem do top costas do vestido



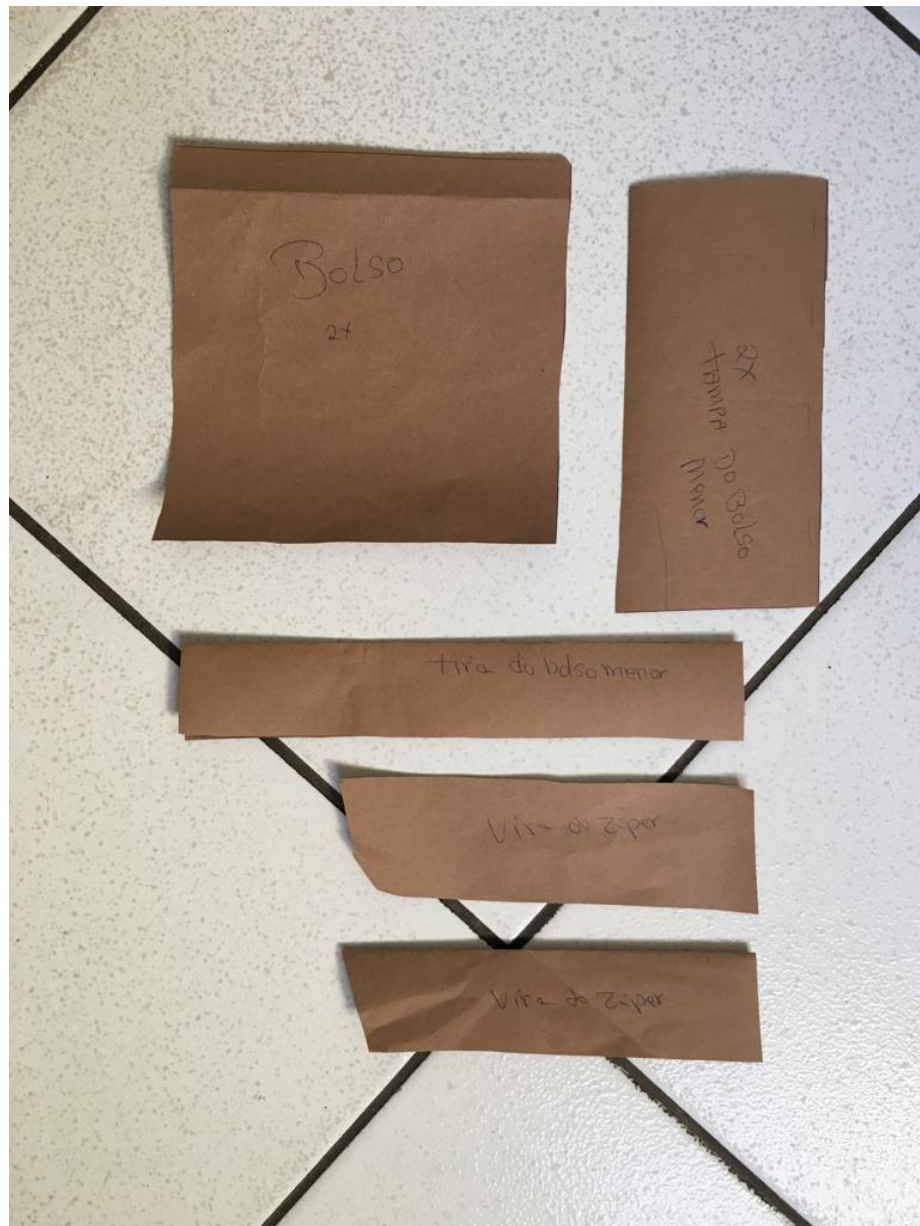
Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura: 24: Modelagem da saia do vestido



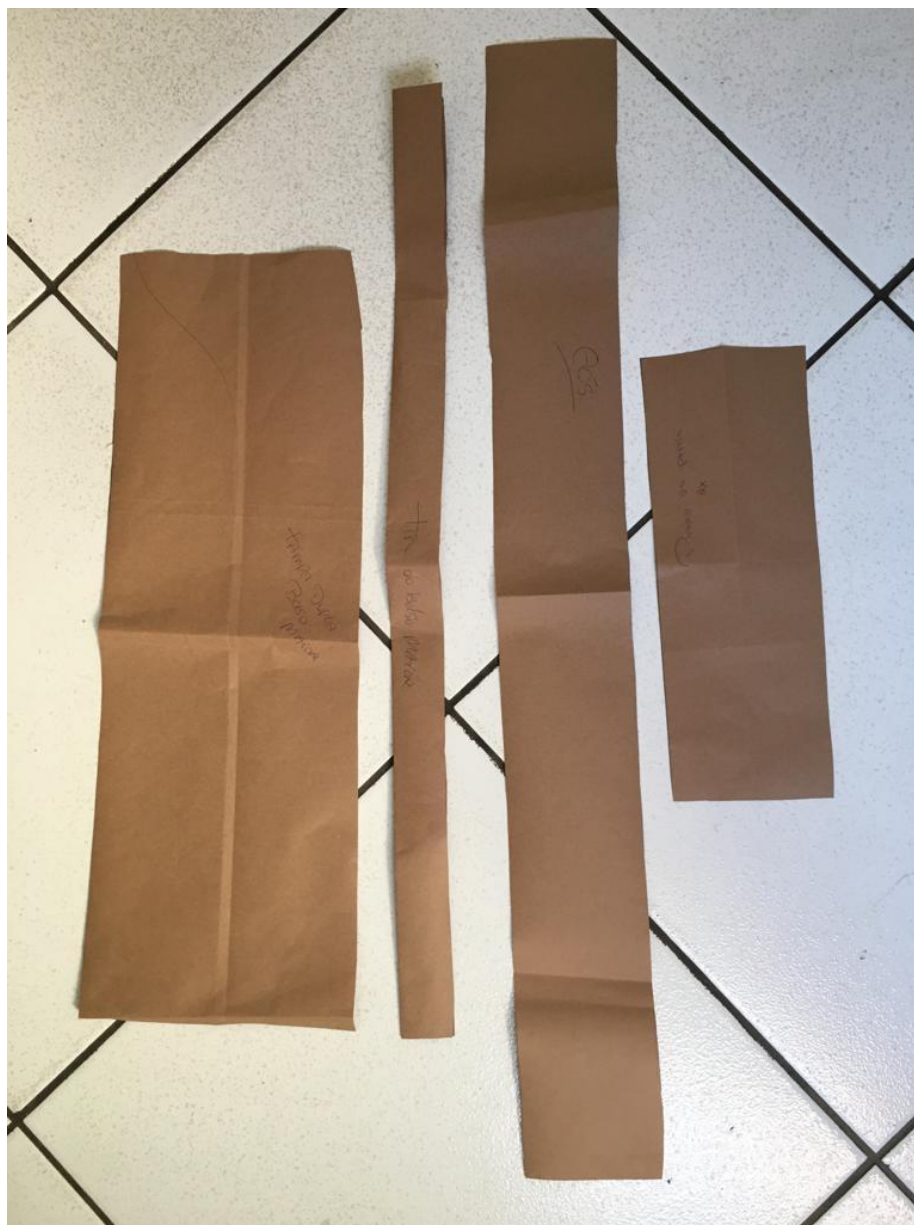
Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 25: Modelagem da calça Cyberpunk



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 26: Modelagem da calça



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 27: Modelagem da calça Cyberpunk



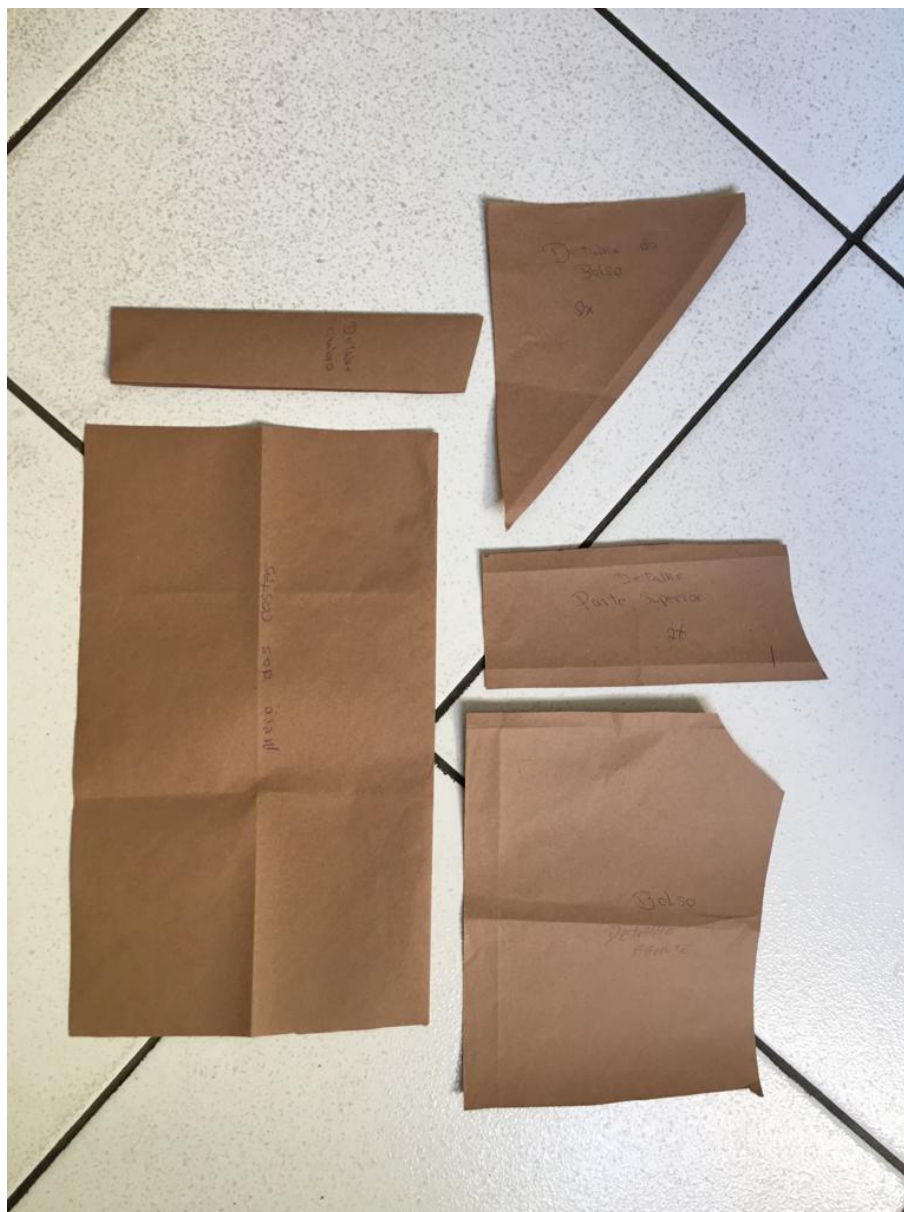
Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 28: Modelagem da blusa Cyberpunk



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 29: Modelagem de recortes da blusa.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 30: Modelagem costas da blusa



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

5.2 Desenvolvimento de vestuário e protótipo

Figura 31: Figurino final. Blusa conceito Cyberpunk.



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 32: Detalhe lateral direita da blusa.



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 33: Detalhe da lateral esquerda



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 34: Costas da blusa



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 35: Conjunto conceito Cyberpunk



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 36: Alteração para fivela de metal



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 37: Protótipo do vestido conceito Fofa lateral



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 38: Vestido conceito Fofa frente.



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 39: Camisa, conceito Colegial



Fonte: Acervo Pessoal,2023.

Figura 40: Conjunto conceito Colegial



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Figura 41: Blazer Cropped, conceito Ornamentado



Fonte: Acervo Pessoal, 2023.

Figura 42: Calça, conceito Ornamentado



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve como objetivo compreender os desdobramentos da Onda *Hallyu*, com ênfase na sua influência global, especialmente no Brasil, e nas conexões entre moda, cultura coreana e *K-pop*. A partir dessa investigação, foi possível perceber que esses elementos culturais não operam de forma isolada, mas se interligam em uma dinâmica rica e multifacetada. Moda e música, neste contexto, dialogam diretamente com a formação de identidades, com a construção de narrativas visuais e com a capacidade de comunicação não verbal, por meio do vestuário. O *K-pop*, enquanto fenômeno midiático, se apoia fortemente em códigos visuais que extrapolam barreiras linguísticas, tornando a estética uma linguagem universal — sendo o figurino um dos principais meios de expressão e conexão entre os artistas e o público.

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho, especialmente na etapa prática de elaboração dos croquis e confecção das peças, ficou evidente que a criação dentro do universo *K-pop* exige uma compreensão profunda da diversidade estética presente nesse cenário. A construção dos dez croquis inspirados em conceitos como o *Cyberpunk*, o Ornamental, o Colegial e o Tradicional revelou a pluralidade de referências que coexistem nesse meio. No entanto, também se tornou claro que nem toda ideia concebida no papel se traduz da mesma forma na execução prática — um aprendizado essencial para qualquer processo criativo. As alterações realizadas ao longo da confecção das peças reforçaram a importância da adaptação, da atenção aos detalhes e da busca constante pela melhoria. Como conclusão, entende-se que a moda no contexto do *K-pop* vai além da aparência: ela cria pontes culturais, comunica sentimentos, e continua sendo um campo fértil para novas pesquisas e experimentações. Assim, este estudo se encerra com a certeza de que o diálogo entre moda e *K-pop* é contínuo e repleto de possibilidades, tanto no âmbito acadêmico quanto no profissional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Daniele. *Felix do Stray Kids é destaque nas capas da ELLE Korea vestindo Louis Vuitton*. Asia ON, 2023. Disponível em: <https://asiaon.com.br/felix-do-stray-kids-e-destaque-nas-capas-da-elle-korea-vestindo-louis-vuitton/>. Acesso em: 5 jul. 2023.

ALLURE. *Pessoas que fazem ídolos: Hyeryun Choi Stylist*. 2016. Disponível em: <https://www.allurekorea.com/2016/05/14/%EC%95%84%EC%9D%B4%EB%8F%8C%EC%9D%84-%EB%A7%8C%EB%93%9C%EB%8A%94-%EC%8A%A4%ED%83%80%EC%9D%BC%EB%A6%AC%EC%8A%A4%ED%8A%B8-%EC%95%88%EB%AC%B4%EA%B0%80-%EB%94%94%EB%A0%89%ED%84%B0/>. Acesso em: 27 maio 2023.

BENJAMIN, Jeff. *NCT Dream remake '90s K-pop classic for sweet holiday single: watch "Candy"*. Billboard, 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/pop/nct-dream-candy-90s-kpop-classic-remake-hot-1235189583/>. Acesso em: 5 jul. 2023.

BRASIL, Bárbara. *Revista KoreaIN – Conectando culturas*. Revista KoreaIN, 21 abr. 2021. Disponível em: https://revistakoreain.com.br/2021/04/entenda-como-funciona-o-grupo-e-as-units-do-nct/#google_vignette. Acesso em: 11 dez. 2023.

CATHERINE. *Jackson Wang on the cover of Vogue Singapore*. KSTATION TV, 2022. Disponível em: <https://kstationtv.com/2022/10/07/jackson-wang-on-the-cover-of-vogue-singapore/?lang=en>. Acesso em: 7 jul. 2023.

CORONATO, Giulia. *Tendências: a influência do K-pop na indústria da moda e quais marcas e artistas trabalham juntos*. Steal the Look, 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/a-influencia-do-K-pop-na-industria-da-moda-e-quais-marcas-e-artistas-trabalham-juntos/>. Acesso em: 27 maio 2023.

CRUZ, Elaine. *Hallyu: a onda coreana que é um fenômeno de exportação da cultura pop*. Agência Brasil, 25 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-06/hallyu-onda-coreana-que-e-um-fenomeno-de-exportacao-da-cultura-pop>. Acesso em: 11 dez. 2023.

DEWET, Babi; IMENES, Érica; PARK, Natália. *K-pop: manual de sobrevivência: tudo o que você precisa saber sobre a cultura pop coreana*. Belo Horizonte: Gutemberg, 2017.

KIM, Diane P. *Made in Korea: 11 trendsetting K-designers who dressed Korean celebs*. Soompi, 2020. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1426133wpp/made-in-korea-11-trendsetting-k-designers-who-dressed-korean-celebs>. Acesso em: 2 abr. 2023.

LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MAZUR, Daniela. *K-pop é um ativismo que rompe com a ignorância ocidental: entrevista especial*. Instituto Humanitas Unisinos – IHU, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/601201-K-pop-e-um-ativismo-que-rompe-com-a-cegueira-ocidental-entrevista-especial-com-daniela-mazur>. Acesso em: 6 dez. 2023.

NOBRE, Agnes. *Candy: NCT Dream homenageia a memorável faixa do grupo H.O.T em seu novo mini álbum*. Café com Kimchi, 2023.

PAZ, Ana Cláudia de Oliveira. *Semiótica e cultura coreana: análise de videoclipe e figurinos do grupo de K-pop Blackpink*. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Anima. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/19350/1/TCC%20TECNOLOGIA%20EM%20DESIGN%20DE%20MODA_%20ANA%20CLAUDIA%20DE%20OLIVEIRA%20PAZ.pdf. Acesso em: 15 abr. 2023.

REZENDE, Michelle. *K-Fashion: descobrindo os estilos e tendências no K-pop*. Kpop News, 2023. Disponível em: <https://www.kpopnews2.com/post/k-fashion-descobrendo-os-estilos-e-tend%C3%Aancias-no-K-pop>. Acesso em: 10 jul. 2023.

SANTOS, João Vitor. *A onda cultural coreana e seu sentido simbólico e político*. Outras Palavras, 2020. Disponível em: <http://outraspalavras.net/outrasmidias/a-onda-cultural-coreana-e-seu-sentido-simbolico-e-politico/>. Acesso em: 5 jul. 2023.