UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA

Ester da Silva Barrêto

HALLYU e o K-pop como influências globais na moda

Uma coleção inspirada na cultura coreana e seus *idols*

Juiz de Fora
2025

Ester da Silva Barrêto

***HALLYU* e o K-pop como influências globais na moda**

Uma coleção inspirada na cultura coreana e seus *idols*

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias

Juiz de Fora

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração
automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

DA SILVA BARRETO, ESTER.
HALLYU e o K-pop como influências globais na moda : Uma coleção inspirada na cultura coreana e seus idols / ESTER DA SILVA BARRETO. -- 2024.
140 p. : il.

Orientador: Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2024.

1. HALLYU. 2. Coleção. 3. K-pop. 4. Soft Power. 5. Moda. I. Marina de Aguiar Casali Dias, Prof. Me. Anirã , orient. II. Título.

Ester da Silva Barrêto

***HALLYU* e o K-pop como influências globais na moda**

Uma coleção inspirada na cultura coreana e seus *idols*

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 20 de março de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

_____

Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

_____

Profa. Dra. Annelise Nani da Fonseca, IAD/UFJF

_____

Esp. Fernanda Ferreira de Mello

Dedico este trabalho aos meus pais que me apoiaram na jornada de moda e aos meus amigos que tornaram o caminho mais bonito.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por sempre me acompanhar. Agradeço à minha mãe Antônia Lucilane V. da S. Barreto e ao meu pai João de Deus Barreto, por me dar a vida e cuidar de mim até hoje, pelo apoio que me deram quando finalmente decidi seguir meu sonho de trabalhar com moda, mesmo tendo medo do que o futuro poderia me proporcionar, também por não me impedir de mudar para uma cidade a 900 km de distância deles, sozinha aos 18 anos. Vocês são minha força e minha saudade. Agradeço aos meus mestres de Taekwondo, Marcelo Monteiro e Marcelo Bicalho, que me mostram o caminho da arte marcial que me ajuda a ser um ser humano melhor, perseverante, mais independente e consciente do meu próprio corpo e ambiente.

Agradeço aos meus professores de ensino médio, Nilivan Regis e Neive Guimarães, nunca esquecerei do incentivo diário que me davam a fim de melhorar minha arte e pelas oportunidades que me proporcionaram de pintar e decorar a escola.

Agradeço aos professores do curso de moda da UFJF, pelos ensinamentos e conselhos, admiro sua sabedoria e experiência. Agradeço imensamente à Profa. Dra. Annelise Nani por me ensinar tanto, meu interesse pela carreira acadêmica tem influências diretas do meu tempo como monitora da matéria de Estudos da cor, também por aceitar fazer parte da minha banca, junto a Doutoranda Fernanda, a quem admiro e me identifico desde que conheci, por seu estilo e por ser fã como eu. Agradeço o apoio acadêmico e profissional da Profa. Dra. Débora Pinguello, a realização do meu TCC foi possível, também, por sua causa. Sou eternamente grata à Terezinha Hágala, uma senhora com espírito jovem, dedicado e bondoso, trabalhar em seu ateliê foi uma experiência terapêutica, sou grata por permitir que eu costurasse meu TCC em seu espaço e por me fornecer tantos conselhos e materiais, mesmo que eu não trabalhe mais com ela, sua amizade é um presente. Também sou muito grata à técnica do ateliê de costura, Jacqueline por seus conselhos, pelas incontáveis horas que me acompanhou na costura da minha coleção e por ter me dado minha primeira máquina de costura.

Imensos agradecimentos à Larissa Cedro e Natália Martins pela paciência e compreensão em relação ao meu tempo de trabalho para a execução do meu TCC. Por fim, gostaria de agradecer à minha querida amiga Lohanny que me acompanhou e me ajudou extremamente em várias tarefas do meu trabalho, ao meu orientador Anirã e aos meus amigos e suas famílias que me acolheram em Juiz de Fora, nas mais variadas situações. Obrigada!

"특별한 기적을 기다리지마 눈 앞에선 우리의 거친 길은 알 수 없는 미래와 벽 바꾸지 않아, 포기할 수 없어" *(Into The New World* - Girls' Generation, 2007).

"Não espere por um milagre. Nosso difícil caminho à frente pode ser um futuro e desafio desconhecido, mas não podemos desistir." (tradução nossa, *Into The New World* - Girls' Generation, 2007).

RESUMO

O presente estudo propõe-se pesquisar sobre a Onda Coreana (*Hallyu*) com foco na industrialização cultural global que a Coreia do Sul pratica em diversos âmbitos, a exemplo da música K-pop, nos audiovisuais K-dramas e variedades (gênero de programa televisivo), nos cosméticos e na moda, como forma de exercer o *Soft Power* e se estabelecer como potência cultural. Como resultado dessa pesquisa, pretende-se criar uma coleção que misture o repertório de moda da autora no contexto brasileiro com as inspirações da cultura sul coreana e elementos visuais relacionados, usando como objeto de análise a moda tradicional e contemporânea sul coreana, além da própria *Hallyu*. Sendo assim, os produtos finais serão a pesquisa e uma coleção que se direciona principalmente ao figurino de artistas musicais.

Palavras-chave: K-pop; K-dramas; Moda; Hallyu; Soft Power; Fandom; Coleção.

ABSTRACT

The present study proposes to research on the Korean Wave (Hallyu) focusing on South Korea's global cultural industrialization, practiced in several areas, such as K-pop music, audiovisual K-dramas and varieties (genre of television program), in cosmetics and fashion, as a way to exercise Soft Power and establish itself as a influential cultural power. As a result of this research, it is intended to create a collection that mixes the fashion repertoire of the author in the Brazilian context with the inspirations of South Korean culture and related visual elements, using as object of analysis the traditional and contemporary Korean fashion besides the Hallyu itself. Thus, the final products will be the research and a collection that is mainly directed to the costumes of musical artists.
Keywords: K-pop. K-dramas. Fashion. Hallyu. Soft Power. Fandom. Collection.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – À esquerda: Capa da brochura de *Jewel in the Palace* (2003), MBC. 16

Figura 2 – À direita: Os integrantes do grupo H.O.T (SM ENT.) 16

Figura 3 – Capa do álbum de estreia da solista BoA 16

Figura 4 – Cena da série "O melhor da Coreia" 18

Figura 5 – À esquerda: Projeção do projeto "Tira o título, Army!". 22

Figura 6 – À direita: postagem sobre democracia participativa do projeto "Tira o título, Army!". 22

Figura 7 – Colagem de @bts_stylish com as roupas usadas por Suga. 23

Figura 8 – à esquerda, Suga em apresentação da música "IDOL" no programa "*The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*". 25

Figura 9 – à direita, *Danjak Norigae* da coleção do acervo do Museu Victoria and Albert 25

Figura 10 – Imagens do desfile Cruise 24 da marca Gucci 26

Figura 11 – Imagens do desfile Cruise 24 da marca Gucci 26

Figura 12 – Colagem com imagens do instagram de PETER DO, do look usado por Jeno 27

Figura 13 – Jennie para a coleção dela em colaboração com a marca Calvin Klein 28

Figura 14 – Imagem da campanha da coleção Fairy's Shadow, Primavera/Verão 24, tirada por meio de captura de tela do site da marca MINJUKIM 30

Figura 15 – À esquerda, modelo vestindo um dos vestidos de estreia da estilista, para a Vogue Korea, edição de Janeiro de 2021. 31

Figura 16 – À direita, Bruna Marquezine vestindo MISS SOHEE para a Vogue Brasil. Imagens do site da marca MISS SOHEE. 31

Figura 17 – Colagem com imagens da postagem de MISS SOHEE no instagram. 32

Figura 18 – Capa para redes sociais da temporada Outono/Inverno 24/25 da marca. 34

Figura 19 – Logotipos em fontes e cores diferentes para uso como assinatura da marca Turquesa 35

Figura 20 – Pesquisa de tendências de silhuetas 36

Figura 21 – Pesquisa de tendências de cores 37

Figura 22 – Pesquisa de tendências de design de superfície têxtil 38

Figura 23 – Grupo IVE vestindo parte da coleção da marca MINJUKIM 40

Figura 24 – Prancha iconográfica de público alvo 41

Figura 25 – Prancha iconográfica de beleza 43

Figura 26 – Prancha iconográfica de tecidos 45

Figura 27 – Prancha iconográfica de design de superfície têxtil 47

Figura 28 – Prancha iconográfica de cores 48

Figura 29 – Prancha iconográfica de estéticas de Kpop de grupos femininos 49

Figura 30 – Prancha iconográfica de estéticas de Kpop de grupos masculinos 50

Figura 31 – Parâmetro de produto 51
Figura 32 – Croqui 1 52
Figura 33 – Croqui 2 53
Figura 34 – Croqui 3 54
Figura 35 – Croqui 4 55
Figura 36 – Croqui 5 56
Figura 37 – Croqui 6 57
Figura 38 – Croqui 7 58
Figura 39 – Croqui 8 59
Figura 40 – Croqui 9 60
Figura 41 – Croqui 10 61
Figura 42 – Croqui 11 62
Figura 43 – Croqui 12 63
Figura 44 – Sequência de desfile 63
Figura 45 – 1º look escolhido para o desenvolvimento 64
Figura 46 – Colagem composta do corset da autora e imagens do show do cantor Taemin no Brasil 65
Figura 47 – Jeogori do acervo do Victoria and Albert Museum. 66
Figura 48 – Jaqueta cerimonial feminina do acervo do *Sookmyung Women's University Museum.* 67
Figura 49 – Jaqueta cerimonial feminina do acervo do *Sookmyung Women's University Museum.* 68
Figura 50 – Cartela de aviamentos 79
Figura 51 – Prancha iconográfica do processo de prototipagem 80
Figura 52 – 2º look escolhido para o desenvolvimento 82
Figura 53 – Cartela de aviamentos 95
Figura 54 – Imagens do processo de prototipagem (look 2) 96
Figura 55 – *Bojagi* datado de 1940, do acervo do Victoria and Albert Museum 97
Figura 56 – 3° look escolhido para o desenvolvimento 98
Figura 57 – Cartela de aviamentos 109
Figura 58 – Prancha de prototipagem 110
Figura 59 – Prancha iconográfica de locação para editorial 112
Figura 60 – Prancha iconográfica de poses para editorial 113
Figura 61 – Prancha iconográfica de poses em grupo para editorial 114

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO……..13
2 *HALLYU* - A ONDA COREANA E SOFT POWER……..15
2.1 IMPACTO GLOBAL DAS PRODUÇÕES COREANAS: PARASITA, ROUND 6, BTS E ETC…….. 19
3 INTRODUÇÃO DOS *IDOLS* COMO AGENTES DE MODA……..22
4 MARCAS E ESTILISTAS COREANOS INFLUENTES……...29
4.1 MINJU KIM……..29
4.2 MISS SOHEE……...31
5 MARCA E MERCADO…….33
5.1 IDENTIDADE VISUAL DA MARCA……33
6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS…….35
7 MOODBOARDS E DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO……39
7.1 PÚBLICO…… 41
7.2 BELEZA……...…42
7.3 TECIDOS……..44
7.4 DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL……...……....46
7.5 CORES……..48
7.6 PRANCHAS DE ESTÉTICAS DE KPOP……...49
7.7 PARÂMETRO DE PRODUTO……51
7.8 CROQUIS DA COLEÇÃO……..52
7.9 SEQUÊNCIA DE DESFILE…….……64
8 DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS……65
8.1 LOOK 1……65
8.1.1 Fichas técnicas (look 1).....69
8.1.2 Cartela de aviamentos (look 1).....79
8.1.3 Prototipagem (look 1).....80
8.2 LOOK 2……81
8.2.1 Fichas técnicas (look 2).....83
8.2.2 Cartela de aviamentos (look 2).....95
8.2.3 Prototipagem (look 2).....96
8.3 LOOK 3…….……97
8.3.1 Fichas técnicas (look 3).....99

8.3.2 Cartela de aviamentos (look 3).....109
8.3.3 Prototipagem (look 3).....110
9 EDITORIAL……..111
9.1 *STARGAZE*……..111
9.1.1 Locação……...112
9.1.2 Pose……113
9.2 Fotos……...115
9.3 FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL……115
9.3.1 Custos do editorial……115
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS……...117
REFERÊNCIAS……118

1 INTRODUÇÃO

Esta monografia é um trabalho teórico-prático cujo resultado final é uma coleção de roupas chamada *Confidence*, apresentada por intermédio do editorial chamado *Stargaze*, esses dois produtos são derivados da pesquisa teórica sobre o fenômeno *Hallyu*. O nome da coleção se relaciona com os sentimentos de autoconfiança e poder que os cantores de K-pop exalam nos palcos, enquanto o nome do editorial foi escolhido pela relação que se pode fazer entre observar as estrelas e admirar celebridades, visto que os cantores e atores coreanos são agentes importantes para a propagação da cultura coreana e inserção deles na moda.

A parte teórica deste trabalho pretende investigar a Onda Coreana (Hallyu) e apontar o crescimento da Coreia do Sul como influenciadora global de moda, compreendendo o impacto da cultura Sul Coreana nas atitudes estéticas e de consumo contemporâneas, relacionando essas práticas ao conceito de *Soft Power*. Procura-se analisar a introdução de celebridades de K-pop no mundo da moda a partir dos figurinos dos vídeos musicais e shows, de suas participações em desfiles e como embaixadores de marcas de moda de luxo. Além disso, discorrer brevemente sobre o uso das roupas tradicionais coreanas e as releituras feitas por designers coreanos ou não, a fim de produzir uma coleção que respeite as raízes da moda coreana, misturando-a à estética contemporânea com elementos do repertório imagético da autora. A pesquisa se mostra importante por propor explorar academicamente a indústria cultural asiática, focada na Coreia do Sul, assunto que se tornou mais recorrente no cotidiano brasileiro e que tem influenciado a moda e o consumo na era das redes sociais. Como diz o pesquisador Palha (2021) em sua pesquisa sobre fãs brasileiros de K-pop, entre os fãs ocorre um movimento de aculturação, em que apropriam-se de hábitos de beleza e se identificam com a moda coreana, introduzindo essas práticas à sua própria imagem corporal. Tal afirmação ilustra a influência direta das produções culturais coreanas sobre a estética e consumo desses fãs.

No primeiro capítulo, relataremos como se deu o início da Hallyu, relacionando uma estratégia governamental de *Soft Power*, aos dados de audiência e ganhos financeiros obtidos pelos artistas e dramas televisivos, justificando que o crescimento da Onda Coreana só foi possível com investimento do governo sul coreano. Posteriormente no mesmo capítulo faremos uma breve introdução de como funcionam as empresas de entretenimento coreanas atualmente, comparando ao funcionamento de empresas norte-americanas para ilustrar as diferenças.

No segundo capítulo, trataremos das influências comportamentais que as produções coreanas exercem em fãs de diversos países, visando entender que a introdução da moda coreana no cotidiano dessas pessoas passa primeiro pela mudança de hábitos comportamentais e financeiros em outros campos, visto que os fãs passam a acompanhar as vidas das celebridades coreanas, adotando-as como exemplo. Além disso, faremos um breve panorama dos lucros financeiros que as produções audiovisuais, como Parasita e Round 6, e cantores como BTS trouxeram para a Coreia do Sul direta e indiretamente.

Posteriormente, discorremos sobre a participação das celebridades coreanas na moda de luxo – completando a discussão sobre os *idols* tornarem-se modelos de vida para os fãs, previamente introduzida – além de destacar que essas pessoas são fundamentais para promover a roupa e cultura coreana para outros países. Para isso citamos o grupo BTS, que fez uso de roupas tradicionais em um programa estadunidense de grande audiência. Nesse mesmo trecho expusemos o interesse das marcas de luxo em fazer desfiles com a participação dessas celebridades para aproveitar a fama dos artistas coreanos e o lucro que advém dessas parcerias. Em seguida apresentamos duas marcas coreanas de moda que tiveram destaque internacionalmente por sua beleza, criatividade e premiações, essas também servirão de inspiração para a coleção resultado desta pesquisa.

A fim de desenvolver a teoria e prática, será feita uma pesquisa bibliográfica qualitativa, análise descritiva de dados quantitativos, em conjunto com o estudo de fotografias, ilustrações e vídeos sobre o tema, relacionando os textos de referência e as imagens que serão tanto atuais (como de redes sociais, por exemplo), quanto antigas (como fotos de arquivos de museus).

Por fim, serão apresentadas as pranchas iconográficas que são resultado da pesquisa de tendência e conceituação temática das peças, a fim de que o desenvolvimento das peças da coleção remetam ao tema e expressem a essência da marca da autora. Além disso, mostraremos as fichas técnicas, aviamentos, tecidos, fotos do processo e fichas de custo das roupas. A coleção inspirada na cultura coreana, mistura elementos da roupa tradicional, chamada *Hanbok,* com estéticas apresentadas pelos *idols* de K-pop em seus vídeos e com o repertório cultural e imagético da autora. Intenciona-se respeitar a cultura pesquisada, por isso, todas as referências derivadas dela e que foram usadas na criação da coleção serão mencionadas e algumas serão exibidas em imagens. O editorial é exibido como anexo do documento, após as referências, as fotos foram diagramadas para se assemelhar ao mesmo tempo, a um álbum de K-pop e a uma revista de moda.

2 *HALLYU* - A ONDA COREANA E SOFT POWER

O termo *Hallyu* (한류), foi criado por jornalistas chineses e pode ser traduzido como Onda Coreana, referindo-se ao fluxo global de produtos culturais originais da Coreia do Sul. O surgimento desse fenômeno está atrelado inicialmente às relações diplomáticas com a China em 1992 ganhando um significado mais amplo com a expansão da influência coreana no cenário global, visto que antes disso a China não consumia conteúdos culturais coreanos de forma significativa. Como consequência da melhoria das relações entre os dois países, quando o drama *"What is Love?"* foi ao ar pela CCTV em 1997, alcançou a marca de audiência de 4,2%, assistido por mais de 150 milhões de espectadores chineses, de acordo com o site oficial do Centro Cultural Coreano no Brasil (KCC, 2021). Além desse, outros dois grandes destaques foram os dramas *Winter Sonata* (2002) - principal responsável pela introdução das produções visuais coreanas no Japão - e Dae Jang Geum (MBC), transmitido em 2003 e 2004 e exportado para países na Ásia, América do Norte, Europa e se popularizando substancialmente no Oriente Médio. O site também informou que no Irã, Dae Jang Geum (2003), também chamado de "*Jewel in the Palace*", recebeu uma média de audiência de 57% e um pico de 90%, arrecadando cerca de KRW 13 bilhões diretamente, além de contribuir para a expansão comercial da culinária, moda e medicina coreanas. O site completa dizendo que "O efeito de indução da produção do drama é estimado em KRW 111,9 bilhões".

Em conjunto com os dramas de TV, a música pop coreana ganhou espaço entre os jovens chineses por meio do *Seoul Music Room*, um programa de rádio transmitido de Pequim para vários lugares da China, estabelecendo sua popularidade com o concerto do grupo masculino H.O.T[1] (SM Entertainment[2]) em 2000. Ainda de acordo com o KCC, a *Hallyu* foi "reconhecida em um artigo publicado pelo *Beijing Youth Daily* (Diário Jovem de Pequim) no início de novembro de 1999" quando "começou a ser finalmente reconhecida pelos próprios coreanos a partir desse ponto." No Japão, a solista BoA[3] alcançou o topo das paradas musicais

---

[1] O grupo H.O.T. (Highfive Of Teenagers) é um grupo de K-pop masculino da empresa S.M. Entertainment, foi originalmente composto por 5 membros. O grupo estreou em 1996 e tem grande importância para o K-POP por ter alcançado grande sucesso na Coreia, Taiwan e China, o que os levou a ganhar um prêmio americano da MTV de Melhor Vídeo Internacional, além de performar no show do cantor Michael Jackson em 1999, além de ser o primeiro grupo de K-pop a fazer um concerto no Estádio Olímpico de Seul. (Wikipedia, 2024)

[2] SM Entertainment é uma empresa de entretenimento coreana fundada em 1989 por Lee Soo Man, responsável por grupos de enorme sucesso durante a primeira geração do K-pop, como H.O.T., S.E.S. e Shinhwa. Atualmente ainda é uma das maiores empresas de K-pop, junto com YG Entertainment, JYP Entertainment e HYBE Corporation.

[3] BoA é o pseudônimo da cantora, dançarina, compositora e produtora sul-coreana Kwon Bo-ah, que debutou aos 13 anos como solista no K-pop em 2000 pela empresa S.M. Entertainment. Ela é conhecida na comunidade Kpopper como "Rainha do K-pop", pelo seu impacto no sucesso do K-pop no Japão, além de ser a primeira artista coreana a ter seu álbum na Billboard 200 e por ter vendido mais de dez milhões de álbuns em sua carreira. (Wikipedia, 2025)

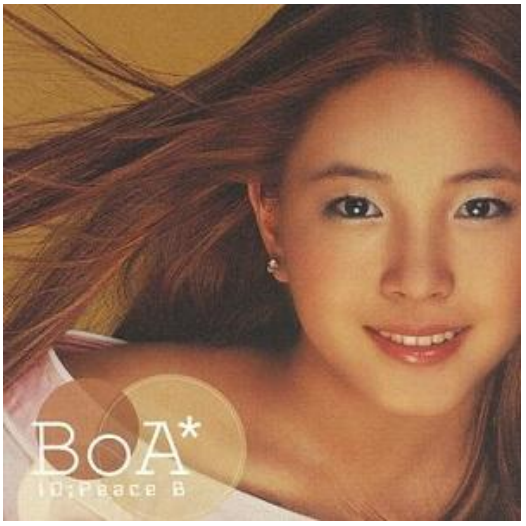
da Oricon em 2002, com seu álbum de estreia "*Listen to My Heart"* (Palha, 2021), contribuindo para a introdução da música coreana ao gosto japonês, sendo a primeira artista coreana a ter sucesso no país depois do fim das restrições de importação e exportação de entretenimento entre a Coreia e Japão.

A figura 1, à esquerda, mostra a capa da brochura do K-drama da empresa MCB, *Jewel in the Palace* de 2003. A capa mostra as mulheres do palácio e a personagem principal, Jang Geum, que foi inspirada na história verdadeira da mulher que se tornou a primeira médica real, durante a era Joseon. A figura 2, à direita, mostra o grupo masculino de K-pop da primeira geração, H.O.T., da empresa SM ENT. A figura 3 mostra a capa do álbum de estreia da cantora BoA, *ID; Peace B* lançado em 2000 pela empresa SM ENT.

Figura 1 – À esquerda: Capa da brochura de *Jewel in the Palace* (2003), MBC. Figura 2 – À direita: Os integrantes do grupo H.O.T (SM ENT.)

Fonte figura 1: MBC, 2015. Fonte figura 2: Wikipedia, 2024.

Figura 3 – Capa do álbum de estreia da solista BoA



Fonte: Wikipedia, 2024.

Dessa forma, aos poucos a Coreia do Sul cumpriria a estratégia de vender objetos e produtos culturais sul-coreanos e levar ao exterior a visão de que o país tinha capacidade para se tornar um polo de influências culturais. Para isso, o país focou seus esforços em vender produtos culturais abaixo do preço de mercado para os países nos quais o Japão e os Estados Unidos não tinham tanta força, a fim de conseguir público consumidor internacional para suas produções. Tal medida funcionou tão bem que, de acordo com Iadevito, Bavoleo e Lee:

> "Os componentes das exportações totais de produtos culturais foram reorganizados para colocar as telenovelas com 64,3% do total em 2001, e o crescimento do valor total dessas exportações passou, no período de dois anos, de 88,4 milhões de dólares para 22,2 bilhões de dólares. Os números relacionados com o turismo também foram modificados pelo fenómeno das ondas coreanas. 64% dos turistas que entraram no país em 2004 o fizeram motivados pela Hallyu" (Iadevito et al. P. 4-5. 2010. Tradução nossa)[4]

A pesquisadora Naiane Almeida (2019), discorre que as ações governamentais da Coreia do Sul em relação à disseminação da cultura coreana globalmente têm relação direta com o conceito de *Soft Power,* o termo foi usado pela primeira vez por Joseph Nye ao explicar que o início da hegemonia estadunidense se deu principalmente pela infiltração da sua cultura no cenário soviético, por meio das produções de Hollywood. Nye explica que o poder suave "é a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos. Surge da atratividade de um país por meio de sua cultura, de sua política e de seus ideais." (2005, apud Ballerini, 2017, p. 15). Sendo assim, a Coreia do Sul adota a política de exportar a própria cultura para outros países a fim de melhorar as relações exteriores e gerar produtos que, além de trazerem lucros financeiros, possibilitam a reconstrução da imagem sul coreana e o senso de identificação, tanto para os estrangeiros quanto para os próprios coreanos (Almeida, 2019).

Atualmente, o país se vale de diversos meios de comunicação em massa para divulgar seus costumes e fortalecer ainda mais a imagem de potência cultural, a exemplo das séries de reality que destacam a cultura coreana disponibilizadas na plataforma de streaming Netflix. Evidenciamos a série "O melhor da Coreia" (título original: "*Korea no. 1*"), cuja proposta é celebrar os patrimônios imateriais da UNESCO da Coreia do Sul. Neste programa Yu Jae-seok e Lee Kwang-soo, dois apresentadores e comediantes respeitados, e a atleta de vôlei

---

[4] "La ola coreana mostró sus primeras manifestaciones en materia económica. Los componentes de las exportaciones totales de productos culturales se reacomodaron para ubicar a las telenovelas con el 64,3% del total en el año 20015 , y el crecimiento en el valor total de estas exportaciones pasó, en el lapso de dos años, de 88,4 millones de dólares a 22,2 mil millones¨6 . Los números relacionados con el turismo también se vieron modificados por el fenómeno de la ola coreana. El 64% de los turistas que ingresaban al país en el año 2004 lo hacían motivados por el Hallyu."

Kim Yeon-koung, visitam locais como fazendas e fábricas que produzem de forma tradicional e artesanal produtos da cultura coreana, como a produção manual do tecido Rami de Hansan e a tinturaria de índigo em Naju. A figura abaixo mostra uma cena do episódio 4 intitulado "Tecelagem Mosi em Seocheon", na qual uma senhora mostra aos apresentadores como é feito o processo de desfiar os galhos de rami. O processo envolve quebrar os galhos manualmente para separar em fibras mais finas, depois essas artesãs as separam passando-as entre os dentes a fim de formar fios finos e longos para o processo de tecelagem, caso façam de outra forma os fios se partem. A imagem é apresentada no intuito de exemplificar o uso das mídias globais como forma de resgatar o orgulho dos patrimônios culturais coreanos ao mesmo tempo que apresenta mais da cultura milenar ao público internacional que não a conhece.

Figura 4 – Cena da série "O melhor da Coreia"

Fonte: Netflix, 2022

Por fim, consideramos importante sinalizar que a forma que as empresas de entretenimento coreano funcionam também é parte de uma estratégia de *Soft Power,* visto que operam seus contratos de maneira diferente das empresas norte-americanas atuais, modelo que estamos mais acostumados por causa do contato com celebridades como Beyoncé, Lady Gaga e Madonna. A começar pela formação dos grupos de K-pop que, como estratégia para gerar identificação e facilitar a comunicação com os fãs estrangeiros, incentiva os *trainees* a aprenderem outras línguas, além de recrutarem jovens asiáticos de outros países – a exemplo de chineses, japoneses, tailandeses, coreano-americanos, coreano-australianos – lançando grupos com nacionalidades diversas. No cenário coreano, os artistas assinam contratos longos

e exclusivos, que incluem períodos extensos de treinamento e gerenciamento total da carreira. Um tipo de contrato semelhante, porém mais mais brando, já existiu em Hollywood, era chamado *Star system,* mas foi proibido em 1948 pelos Estados Unidos a fim de que o artista pudesse gerir a própria vida e buscar parcerias para realizar seus projetos. Portanto, as empresas coreanas controlam os treinos, horários, o dinheiro e a vida pessoal desses jovens, incluindo alimentação, peso e estética no geral, visto que quando se tornam *Idols* [5]de fato, são vistos pela mídia como exemplo de comportamento e beleza a ser seguido, como consequência qualquer tipo de controvérsia pode levar ao hiato e fim de suas carreiras, sendo essa outra diferença marcante da indústria norte-americana.

2.1 IMPACTO GLOBAL DAS PRODUÇÕES COREANAS: PARASITA, ROUND 6 E BTS

Neste capítulo, pretende-se apresentar alguns dos lucros e prêmios das produções Parasita, Round 6 e do grupo BTS[6] principalmente, porém citando casos de outros grupos K-pop para fortalecer nosso argumento sobre a intencionalidade do processo construção dos *Idols* como figura de influência. Faremos isso ao mostrar que os fãs da cultura coreana adotam hábitos diversos por causa das celebridades que acompanham, incluindo a atuação política na adolescência, por exemplo. Esse processo de amplificação do impacto global só é possível em razão da globalização e do acesso amplo à internet, como explica o autor Shirky "a internet viabiliza um meio eficaz para a travessia de conteúdo de modo amplo, rápido e barato" (2011, p. 118, apud Almeida, 2019, p. 12). Diante desse cenário, o governo sul-coreano destinou 6.48 trilhões de Won (aproximadamente 4.5 bilhões de dólares, conversão feita dia 04 de fevereiro de 2025) ao Ministério da Cultura apenas no ano de 2020, superando em 9.4% o orçamento do ano anterior (Park, 2019). Esse tipo de política possibilitou o sucesso das produções coreanas como o filme "Parasita", que se tornou o primeiro longa não falado em inglês a ganhar o prêmio Oscar na categoria Melhor Diretor, Melhor Roteiro Original e Melhor Filme Estrangeiro, além de ganhar o prêmio Palma de Ouro de Cannes. No ano seguinte a produção coreana "*Round 6"* se tornou a série mais vista da Netflix e contabilizou a audiência de 111 milhões de contas, superando a série "*Bridgerton*",

---

[5] Nome dado aos artistas musicais e celebridades relacionadas à indústria do K-pop, podem ser solistas ou membros de grupos. Dentre os fãs de cultura coreana, o termo também pode ser usado para se referir a atores.

[6] BTS é um grupo masculino de K-pop composto por 7 membros. O nome é uma abreviação para Bangtan Boys, que significa "Garotos à prova de balas" Eles debutaram em 2013 sob a Hybe Corporation (antiga Big Hit). Alcançaram sucesso global tanto em grupo, quanto como solistas, com listas extensas de prêmios coreanos e internacionais, grande número de vendas, além de conseguirem topo de listas como a Billboard Hot 100 dos Estados Unidos.

que obteve o número de 82 milhões de contas[7]. A série também venceu prêmios por atuação, como o *SAG Awards*, que é um dos mais importantes de Hollywood.

O site "O Globo" (2021) publicou uma matéria que expôs o Brasil como terceiro maior consumidor de K-dramas (séries) durante a pandemia do COVID-19, aumentando em 56,3% a audiência dessas novelas em relação ao período pré-pandemia (Queiroga, 2021). Em consequência dessa dilatação, o catálogo dessas produções audiovisuais se tornou mais amplo, sendo disponibilizado de forma paga principalmente nos sites Netflix, Rakuten Viki e Kocowa, porém além desses sites, as comunidades de fãs, denominadas *fandoms,* difundem os K-dramas a partir da tradução e disponibilização desses em blogs, grupos e comunidades em redes sociais, movimento chamado de *fansubs*. De acordo com Madureira et al. a

> "prática fansubber de tradução e legendagem voluntária feita, essencialmente, de fã para fã é de extrema importância para a circulação e acesso dos usuários brasileiros, pois há uma grande dificuldade de encontrar produções asiáticas com traduções e legendas oficiais em português" (2014, p. 10, apud Almeida, 2019, p. 52)

Além dos conteúdos televisivos, os grupos musicais exercem inegável impacto financeiro na economia coreana direta e indiretamente, tanto com a venda de produtos materiais, quanto com o turismo e influência digital. Segundo L'officiel (2024), o grupo masculino BTS continua gerando uma receita para a Coreia do Sul de aproximadamente US$5 bilhões anualmente, mesmo durante o hiato do grupo que aconteceu devido ao cumprimento do serviço militar obrigatório. No contexto brasileiro, até janeiro de 2025, a programação de eventos de *idols* e atores coreanos já possui Stray Kids, Taemin, KARD, Jung Haein, Lee Junho, Hwang Inyoup, Elenco de 4 Minutes, além de outros atores tailandeses, de acordo com o site UOL. (Monteiro, 2024.) Dentre eles, o show do Stray Kids se mostra um dos maiores e será realizado em três datas: um dia no Estádio Nilton Santos no Rio de Janeiro e dois dias no estádio Morumbi em São Paulo, com ingressos que chegaram ao valor de 2.581 reais (Coletti, 2024.)

Cabe ressaltar que o impacto da *Hallyu* não é apenas financeiro, visto que os fãs possuem um sentimento de comunidade, unidos pelo afeto aos mesmos grupos e *idols* dentro e fora Coreia, construindo dessa forma uma rede de apoio tanto para os fãs quanto para a população em geral do local que vivem, além dos próprios grupos de K-pop se mostrarem ativos em diversas causas sociais. Para exemplificar, podemos citar primeiramente a presença do grupo BTS discursando na ONU (Organização das Nações Unidas) por três vezes, a

---

[7] REUTERS. 'Round 6' bate recorde e se torna série mais vista da história da Netflix, diz empresa. O GLOBO. 2021. Disponível em: https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/10/12/round-6-bate-recorde-se-torna-serie-mais-vista-da-historia-da-netflix-diz-empresa.ghtml Acesso em: 06 mar. de 2025

primeira em 2018 falaram em prol da campanha da UNICEF "Generation Unlimited" que visava investimentos em jovens de 10 a 24 anos (Aranha, 2021). Na segunda vez, em 2020, discursaram de forma remota por causa da pandemia do COVID-19 e suas mensagens carregavam sentimentos mistos de esperança e angústia, porém incentivando as pessoas a não desistirem e que seguissem sonhando (Queiroga, 2020). Na terceira vez, em 2021, performaram a música "*Permission to dance*" e falaram sobre os impactos da pandemia e das mudanças climáticas, ressaltando que a nova geração não deve ser considerada como "perdida", porque se interessam pelas causas ambientais e não temem mudanças. (Revista Quem, 2021) Além disso, o grupo é parceiro da UNICEF desde 2017, contribuindo com sua imagem de influência e financeiramente, de acordo com o site da UNICEF, em 2021 BTS renovou a parceria e doou mais de US$ 1 milhão "[...] junto com a receita da venda de mercadorias da *LOVE MYSELF* e também uma parte do lucro das vendas do álbum *LOVE YOURSELF*." (UNICEF, 2021).

Seguindo o exemplo dos *idols*, vários *fandoms* realizam projetos sociais, como a arrecadação de US$ 25 mil para a construção de uma escola em Akosombo Ketem, Gana, realizada em 2018 pelos fãs do grupo B.A.P.[8] com o projeto "*Pencils of Promise*". Já os Shawols (fãs do grupo Shinee[9]) fizeram inúmeras doações em nome de Jonghyun[10] após sua morte, grande parte do auxílio se destina a instituições como a Ding Dong que presta suporte a jovens LGBTQIAPN+ em situação de vulnerabilidade, além das doações à organização sem fins lucrativos criada pela mãe e irmã de Jonghyun, Shiny Foundation que auxilia jovens artistas coreanos com bolsas de estudo e financiamento de seus projetos, além de promover melhoria da saúde mental e prevenção do suicídio. (Shineebrazilbr, 2019).

Semelhantemente, o *fandom* ARMY (nome dado aos fãs do grupo BTS) fundou a ONG *Army Help the Planet*, que se mostra ativa em diversas causas políticas, sociais e ambientais, tanto pelas redes sociais divulgando e mobilizando sobre as pautas, quanto presencialmente, como o projeto realizado em 2022 chamado "Tira o título, Army!" no qual os membros da ONG organizaram projeções em prédios de seis capitais brasileiras com as

---

[8] B.A.P. é um grupo de K-pop e K-hiphop masculino composto originalmente por 6 membros, que ficou em atividade entre 2012 e 2019.

[9] Shinee é um grupo masculino originalmente composto por 5 membros, que iniciaram a carreira em 2008 sob a empresa SM Entertainment. São notáveis pelo sucesso principalmente na Coreia do Sul e Japão, foram os primeiros coreanos a se apresentar no Abbey Road Studios em Londres e encheram o estádio Tokyo Dome por 5 vezes, uma delas atingindo a marca de 100,000 pessoas. Seus membros possuem carreira sólida como solistas, compositores, dançarinos e vocais.

[10] Kim Jonghyun foi um membro do grupo Shinee, era cantor, compositor, radialista, coreano nascido em 1990. Compôs 69 músicas, dentre elas 17 destinadas ao seu grupo, algumas de grande sucesso como "Juliette" e "View" e lançou 5 álbuns como solista. Era publicamente ativista dos direitos das mulheres e pessoas LGBTQIPN+. Jonghyun sofreu com depressão e faleceu em 2017, ao cometer suicídio.

frases "*Today We Vote*" (Hoje, nós votamos), "*Speak Yourself*" (Fale por você mesmo) e "O voto é seu, mas o futuro é nosso" (Moraes, 2022). Também distribuíram cartões que imitavam o título de eleitor na exibição do show do BTS nos cinemas e ensinaram os jovens a tirar o título pelas redes sociais (Queiroz, 2022). A imagem à esquerda mostra uma projeção do projeto "Tira o título, Army!" e a imagem à direita é uma captura de tela da postagem sobre democracia representativa, feita pela rede social X da *Army Help the Planet.*

Figura 5 - À esquerda: Projeção do projeto "Tira o título, Army!". Figura 6 - À direita: postagem sobre democracia representativa do projeto "Tira o título, Army!"

Fonte figura 5: X/@ARMY_HTP, 2022. Fonte figura 6: X/@ARMY_HTP,2022

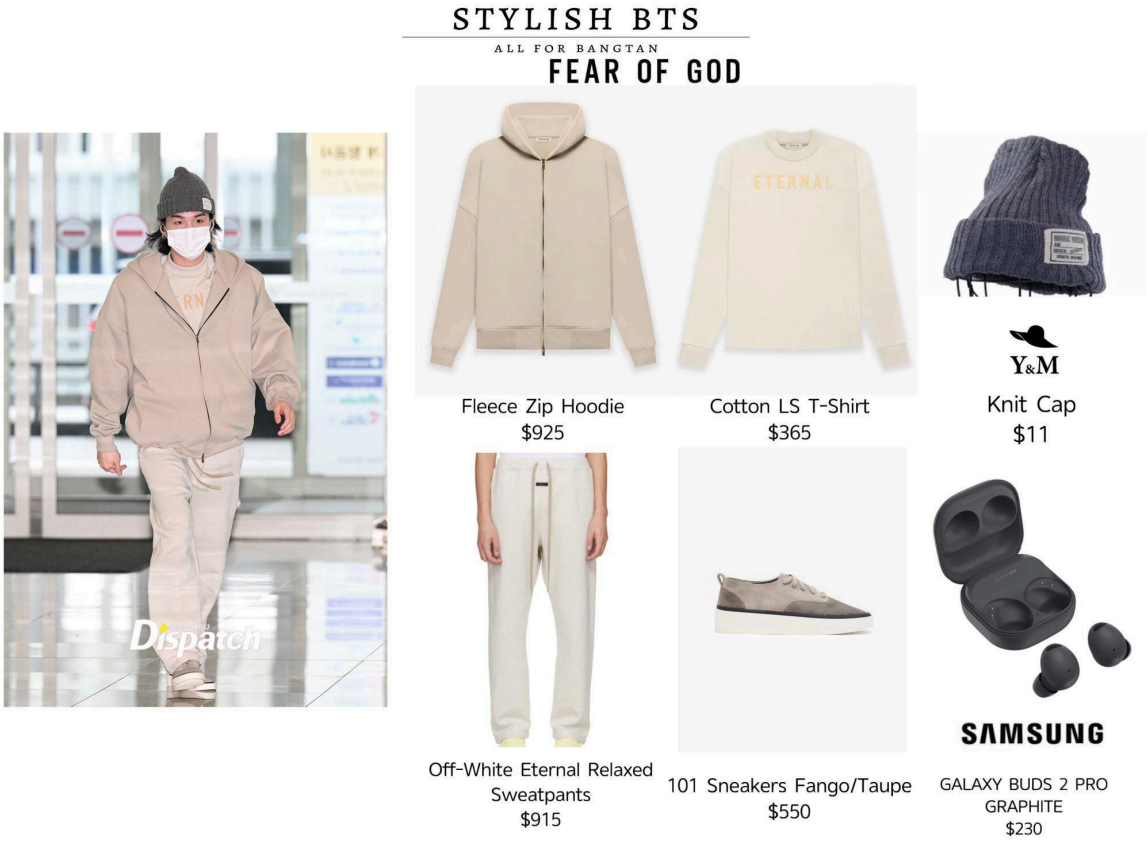
3 INTRODUÇÃO DOS *IDOLS* COMO AGENTES DE MODA

Como explicamos previamente, as celebridades coreanas possuem uma imagem de exemplo, dessa forma, são obrigatoriamente os primeiros a terem de se encaixar no padrão estético, dado que o mercado de moda e beleza, tanto cosmética quanto cirúrgica, construiu um modelo de beleza bastante específico e que se fortalece por meio da mídia e indústria. Estar "em forma", ter a pele perfeita, estar bem vestido é de extrema importância, principalmente para figuras públicas, e por causa disso vários trainees - jovens em treinamento para se tornarem *idols* de K-pop - passam por procedimentos cirúrgicos com objetivo de estarem dentro do padrão de beleza quando debutarem[11] (Almeida, 2019, p. 42-43). A partir do momento que esses jovens entram na indústria musical, atuam de maneira

[11] *Debut* é o termo usado na indústria do entretenimento coreano como um sinônimo de estreia ou estrear, se refere ao mesmo tempo à primeira música lançada e/ou à data do início das atividades oficiais de um grupo ou solista, a data e música se tornam significativas tanto para os artistas quanto para os fãs.

semelhante à atual profissão de influenciador, fazendo lives, postando fotos em diversas plataformas sociais gratuitas e pagas, além das aparições presenciais que também são acompanhadas pelos fansites - nome dado aos fãs que acompanham os *idols* em todos os eventos que participam, fazendo fotos e vídeos que são disponibilizados para as fanbases[12] e fãs no geral por meio da rede social X (antigo Twitter) principalmente. Como consequência, acontecem fenômenos interessantes dentro do *fandom*, como o surgimento de contas de fãs dedicados a mapear as marcas de roupa e acessórios usados pelos artistas em suas aparições, sejam presenciais ou em programas televisivos, shows ou apresentações. A imagem abaixo, que chegou a 113.6 mil visualizações, mostra a colagem feita pela conta @bts_stylish no X em 2023, na qual a fã documentou a marca das peças usadas pelo cantor do grupo BTS Suga em sua passagem pelo aeroporto internacional de Incheon.

Figura 7 – Colagem de @bts_stylish com as roupas usadas por Suga



Fonte: X/@bts_stylish, 2023.

Em conjunto com as aparições casuais, os figurinos usados em apresentações e *MV*s[13] também influem no cenário de moda, como a performance realizada em 2020 pelo grupo BTS

[12] Fanbases são grupos de fãs que criam contas em blogs ou redes sociais, mais comumente o X, em suas páginas fazem o trabalho de divulgação e tradução de conteúdos relacionados aos artistas dos quais são fãs. Os conteúdos variam desde fotos até tradução de entrevistas escritas e criação de legendas de músicas e audiovisuais.
[13] Abreviação de Music Video.

da música ‘IDOL’, no “*The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*”, na qual todas as escolhas estéticas intencionavam-se à reafirmar e valorizar a cultura coreana em um programa de televisão norte americano (Maciel; Mutz, 2023). A produção aconteceu em frente ao palácio Gyeongbokgung, durante o feriado *Chuseok* - um dos mais importantes do calendário lunar - nessa apresentação, todos os membros do grupo BTS usaram figurinos inspirados no *Hanbok* feminino e masculino.

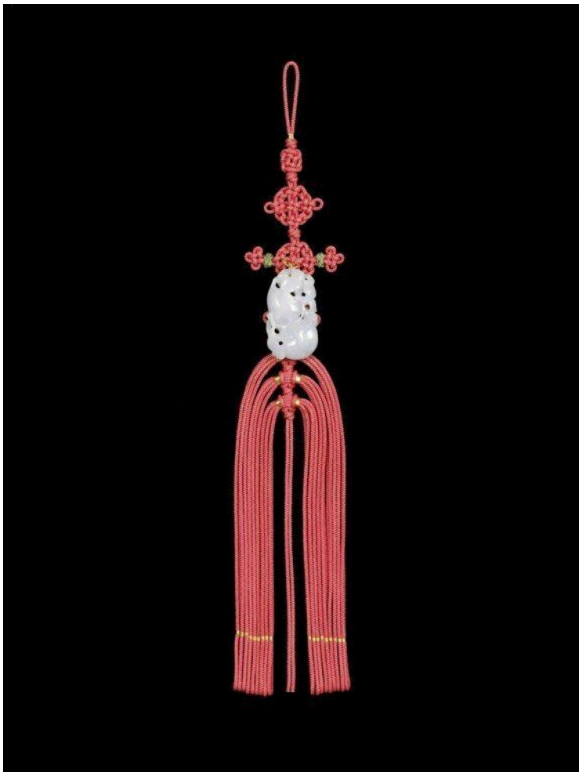
A escolha do palácio é importante por conta da sua história, segundo o Serviço de Herança Coreana, em 1446, durante o reino do rei Sejong, foi criado e distribuído a toda população o *Hunminjeongeum* - documento que ensinava a escrever a nova língua coreana, podendo ser traduzido como “Os sons adequados para a instrução das pessoas”. Antes disso, a escrita era em *Hanja* (Chinesa) e restrita aos oficiais e nobres. Posteriormente o palácio Gyeongbokgung foi destruído durante a invasão japonesa em 1592, reconstruído em 1867 recebendo outras construções como anexo. Em 1910 foi novamente destruído durante o tratado forçado de anexação da Coreia ao território japonês, e somente em 1990 iniciou-se o processo de restauração do palácio que durou até o ano de 2023, tornando o local um símbolo de resistência e resiliência. (KOREA HERITAGE SERVICE, 2023).

Sobre a escolha das roupas, o designer Kim Reul se inspirou no *Hanbok*, que possui raízes no período dos Três Reinos (57 A.C. – 668 D.C) (Kim, 2020), para criar os ternos usados por J-Hope, Jimin e Suga[14], misturando elementos tradicionais como o tecido 100% seda, o comprimento das peças e acessórios como o *Norigae*, misturados a elementos contemporâneos como a calça social e o próprio blazer (Maciel; Mutz, 2023). Dessa forma, a realização da performance em um programa norte americano de grande audiência e relevância no mundo pop, como o “*The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*”, reafirma e propaga o orgulho que os coreanos têm da própria cultura.

As figuras abaixo mostram o figurino de Suga, feito por Kim Reul. O *Norigae* está preso à faixa na cintura e pode ser visto abaixo da mão do cantor. Ao lado, um modelo de *Danjak Norigae* da coleção do acervo do Museu Victoria and Albert. Não se trata do mesmo tipo de pendante da roupa de Suga, visto que existem diferentes padrões desse acessório, com nós, pedras e cores variadas.

[14] Três dos sete membros do grupo BTS, além de participarem do grupo, possuem carreira como solistas.

Figura 8 – à esquerda, Suga em apresentação da música "IDOL" no programa "*The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*". Figura 9 – à direita, *Danjak Norigae* da coleção do acervo do Museu Victoria and Albert



Fonte figura 8: X/ @MinTG_7, 2020. Fonte figura 9: *Victoria and Albert Museum*, 2000.

No contexto da moda de luxo, a marca Gucci apresentou sua coleção Cruise 24, no Palácio Gyeongbokgung, em Seul, fortalecendo ainda mais a dinâmica do *Soft Power* adotada pelo país. O desfile contou com a presença de Dakota Johnson, embaixadora da marca, a cantora Hanni, do grupo NJZ (New Jeans)[15] e a atriz Shin Mina, os rappers Jay Park e A$AP Rocky e a atriz Elizabeth Olsen. A coleção contou com peças que seguem a estética da marca, com as alfaiatarias pelas quais Gucci ficou conhecida, misturado a uma "abordagem mais sexy, com muita transparências, recortes, elementos de lingerie, um quê punk, meio grunge, e pitadas de S&M glamourizado" (Torre, 2023), além das peças inspiradas no *Hanbok* - vestimenta tradicional coreana. O diretor de moda argumenta na matéria para a ELLE, que além da fama do K-pop e K-dramas, a escolha da cidade de Seul foi influenciada pelo volume de consumo coreano. Ele afirmou que em 2022 "[...]o mercado de luxo regional foi avaliado

[15] NJZ é um grupo de K-pop feminino composto por cinco membros com idades que variam entre 17 e 21 anos. Debutaram em 2022 com o nome de New Jeans pela empresa Ador, subsidiária da HYBE, alcançaram grande sucesso na Coreia e nos Estados Unidos, conseguindo o número 1 no Billboard 200 com sua faixa "Super Shy". Mudaram de nome durante o longo processo judicial entre o grupo e a empresa no qual as jovens alegam maus tratos, manipulação, falta de comunicação intencional e abusos no ambiente de trabalho. Desde novembro de 2024 o grupo tentava finalizar o contrato e sem aceite da Ador, que negou todas as alegações. Em março de 2025 o grupo perdeu a ação e foi limitado judicialmente de agir independente da empresa, logo após as jovens anunciaram hiato por tempo indeterminado.

em cerca de 16.8 bilhões de dólares, um crescimento de 24% em relação a 2021." Ademais, a marca Gucci, que em 2023 celebrou os 25 anos da primeira loja em Seul, auxiliou na conservação e restauração do Palácio Gyeongbokgung desde 2022. Nas imagens abaixo, podem ser vistos dois looks desfilados na coleção Cruise 24 que possuem elementos da marca misturados a referências da roupa tradicional coreana.

Figuras 10 e 11 – Imagens do desfile Cruise 24 da marca Gucci

Fonte: GUCCI. ELLE, 2023.

Ainda sobre marcas de luxo, o cantor Lee Jeno - membro do grupo masculino NCT DREAM[16] - alcançou um grande feito para os *idols* coreanos na moda, na ocasião em que desfilou o primeiro look da coleção de primavera 2023 da marca PETER DO na *New York Fashion Week*, sendo o primeiro artista de K-pop a abrir um desfile na história do evento. A coleção foi uma parceria com uma das maiores empresas de K-pop da atualidade, SM

[16] NCT DREAM é um subgrupo do grupo masculino NCT, o nome é uma abreviação de *Neo Culture Technology* e é um termo criado pelo fundador da empresa SM Entertainment como descrição para um grupo com quantidade de membros ilimitada, incluindo subgrupos com membros estrangeiros podendo rotacionar todos os membros em formações fluidas e a criação de NCTs fixos em países fora da Coreia do Sul. Isso demonstra que a ideia de globalizar o K-pop sempre foi um dos objetivos de Lee Soo Man. O subgrupo NCT DREAM é uma das formações fixas, composta por 7 membros e o conceito principal do grupo é ser o NCT da juventude e esperança, visto que são os mais jovens de todo o grupo e quando debutaram tinham em média 15 anos. Atualmente o grupo NCT completo conta com 25 membros e o atual gestor da SM anunciou que não fará novas adições ao grupo.

Entertainment. Além de Jeno, desfilaram os SM ROOKIES[17] (trainees da SM ENT.), Shohei e Eunseok, além dos outros modelos da marca. O look usado por Jeno era uma versão ousada de um Smoking, com calças no modelo wide-leg com fenda lateral, com um salto alto plataforma. As figuras abaixo mostram fotos retiradas do instagram da marca Peter Do, com o look usado por Jeno.

Figura 12 – Colagem com imagens do instagram de PETER DO, do look usado por Jeno

Fontes: Colagem da autora, 2025. Postagens do instagram da marca PETER DO. @the.peterdo

Por causa do local de destaque que os *idols* possuem mundialmente, também é comum que marcas de moda convidem cantores de K-pop para colaborar na criação de peças individuais ou coleções cápsula. Podemos observar o caso da cantora Jennie - membro do grupo feminino BLACKPINK[18] - que colaborou com marcas como Gentle Monster e Calvin Klein. Para essa última, a coleção conta com diversas peças que incluem *bralettes* e calcinhas

[17] SM ROOKIES é um grupo de jovens em treinamento para serem Idols da SM ENT. e a primeira formação deste grupo aconteceu em 2013, não necessariamente todos os trainees estreiam no mesmo grupo e nem todos ficam em treinamento pela mesma quantidade de tempo.

[18] BLACKPINK é um grupo feminino da empresa YG Entertainment, composto por 4 membros que debutaram em 2016, todas as membros possuem carreira solo com imenso sucesso global, recentemente uma das integrantes Jennie recebeu o prêmio de Global Force na Billboard Women In Music 2025. Possuem apenas dois álbuns de estúdio e a maioria dos lançamentos como grupo é de singles, como solista cada uma lançou pelo menos um mini álbum. Como grupo chegaram ao número 13 na Billboard Hot 100, primeiro lugar na Billboard 200, estabeleceram recorde de álbum de grupo feminino mais vendido com o álbum Born Pink, foram as primeiras a liderar a Artist 100 e Emerging Artists da Billboard, além de serem reconhecidas como uma das celebridades mais poderosas da Coreia do Sul pela Forbes Korea.

de cotton, jaqueta, saia e calça em brim, casaco em moletom, camiseta cropped, bodys, vestidos em tecido canelado entre outras peças, todas seguindo uma paleta de cores pasteis, com silhueta minimalista. Jennie também escreveu o nome da marca com a própria letra e a imagem foi usada nas peças, ao invés da letra padrão da identidade visual da Calvin Klein. Abaixo, uma imagem da cantora usando o conjunto em brim da coleção, retirada da página de publicidade da Calvin Klein.

Figura 13 – Jennie para a coleção dela em colaboração com a marca Calvin Klein

Fonte: Calvin Klein, 2023

Sob o mesmo ponto de vista, muitas marcas de moda investem na parceria com *idols* e os nomeiam como embaixadores. De acordo com uma matéria feita em março de 2024 no site METRÓPOLES, "[...] na temporada outono/inverno 2024 - também referida como AW24 ou Fall 24 -, publicações feitas pelos artistas sul-coreanos geraram mais de R$ 600 milhões em valor de mídia para as grifes." (Estevão; Cantanhêde, 2024) A mesma reportagem aponta que na temporada outono/inverno 24, 23% do total de EMV - *earned media value,* medido pela empresa Lefty - é fruto dos artistas de K-pop, sendo a marca Dior a que teve o maior ganho de mídia, no valor de US$ 46 milhões, relacionado à embaixadora global Jisoo, - membro do grupo BLACKPINK. A jornalista Ilca Maria Estevão também indica que "[...]dos 30 maiores influenciadores globais presentes nas fashion weeks de Londres, Paris, Milão e Nova York, 16 eram artistas do pop coreano." (Estevão; Cantanhêde, 2024) A fim de demonstrar a presença massiva dos *Idols* como embaixadores das marcas moda e joalheria de luxo, fizemos uma tabela com alguns artistas e as respectivas marcas, apresentando seus nomes individuais e referindo qual grupo participam, nos limitamos a alguns nomes pela grande quantidade de personalidades que possuem parceria com marcas, não sendo viável documentar todos no presente estudo. As informações foram tiradas do site HARPER'S BAZAAR de uma matéria publicada em fevereiro de 2025.

Tabela 1 – Tabela com as marcas de luxo que nomearam cantores e atores coreanos como embaixadores.

MARCA	***IDOLS* SOLO, GRUPOS OU ATORES**
Chopard	AESPA
PRADA	ENHYPEN
Louis Vuitton	LE SSERAFIM
Tommy Hilfiger	Stray Kids
FENDI	Bang Chan (Stray Kids)
Michael Kors	Dahyun (TWICE)
CELINE, YSL Beauty, OMEGA	Danielle (NJZ - NewJeans)
Dolce&Gabbana	Doyoung (NCT)
Balmain	Hongjoong (ATEEZ)
Cartier e Versace	Hyunjin (Stray Kids)
PRADA	Jaehyun (NCT)
Chanel e Hera	Jennie (BLACKPINK)
Dior e Tiffany & Co.	Jimin (BTS)
Dior	Mingyu (SEVENTEEN)
Givenchy	Taeyang (BIGBANG)

Fonte: Adaptado de WONG; WONG; XIN; LOH. HARPER'S BAZAAR. 2025.

4 MARCAS E ESTILISTAS COREANOS INFLUENTES

Nesta seção, pretende-se narrar brevemente a história de marcas e estilistas que tiveram impacto na moda de alguma maneira, seja criando para celebridades, seja pelo êxito em premiações e competições ou por se tornarem destaques nas redes sociais e semanas de moda. Além disso, essas marcas servem de inspiração, dentre outras referências, para a criação da coleção final desta pesquisa.

4.1 MINJUKIM

Figura 14 – Imagem da campanha da coleção Fairy's Shadow, Primavera/Verão 24, tirada por meio de captura de tela do site da marca MINJUKIM

Fonte: MINJUKIM, 2024

Minju Kim é uma estilista sul coreana, nascida na cidade de Gwangju em 1986. Estudou na Nova Zelândia quando adolescente e nessa época esperava se tornar cartunista e professora de artes, porém após voltar para a Coreia, cursou design de moda na *Samsung Art and Design Institute* (SADI) em Seoul. Algum tempo depois, Minju foi para a Bélgica, estudar na *Royal Academy of Fine Arts Antwerp*, onde teve contato com grandes figuras como o designer e professor Walter Van Beirendonck, que influenciaram sua carreira como estilista. Antes de fundar sua marca, Minju ganhou o *H&M Awards* e foi semifinalista do *LVMH Prize for Young Fashion Designers*. Em 2015 decide lançar MINJUKIM fisicamente em Seoul, com intenção de ter mais contato com seus clientes após suas tentativas mal sucedidas de lançar roupas diretamente no mercado internacional. Seus designs são inspirados no seu cotidiano vivendo na Coreia e por causa disso possuem características estéticas que se assemelham à roupa tradicional - *Hanbok* - misturadas à visualidades contemporâneas (Park, 2020).

Com silhuetas fluidas, estampas divertidas, coloridas, criativas e joviais, as criações de Minju a possibilitaram vencer a competição da Netflix, *Next in Fashion* em 2020, acontecimento que lhe deu mais visibilidade no mercado internacional. Em entrevista, a estilista contou que ficou surpresa com a quantidade de comentários estrangeiros e com o número de seguidores que obteve, pois iniciou com 10 mil seguidores e na data da entrevista estava com mais de 500 mil, atualmente bate a marca de 700 mil (Visitkorea, 2020). Além das competições, a designer possui em seu currículo a criação de figurinos para várias celebridades, sendo alguns deles o figurino do grupo BTS para suas músicas "*DNA*" e "*I Need You*", para o grupo Red Velvet, em seu *MV* de "*One of These Nights*". Também vestiu a atriz Kim Taeri, as cantoras Doja Cat e Jennie - do grupo BLACKPINK - e a modelo Alexa Chung.

4.2 MISS SOHEE

Figura 15 – À esquerda, modelo vestindo um dos vestidos de estreia da estilista, para a Vogue Korea, edição de Janeiro de 2021. Figura 16 – À direita, Bruna Marquezine vestindo MISS SOHEE para a Vogue Brasil. Imagens do site da marca MISS SOHEE

Fonte figura 15: MISS SOHEE, 2021. Fonte figura 16: MISS SOHEE, 2021

Sohee Park é uma estilista sul coreana, nascida em 1996, que estudou design de moda na prestigiada *Central Saint Martins* em Londres e estagiou para designers como Marc Jacobs e Molly Goddard. Por causa da pandemia do COVID-19, Sohee não pode ter seu desfile de formatura da CSM. Assim, sua coleção de estreia com a marca MISS SOHEE, "*The Girl in Full Bloom*", foi produzida durante a quarentena e para divulgá-la postou um ensaio com a modelo Georgie Hobday, vestindo suas produções. A coleção fez sucesso nas redes sociais e Sohee ganhou enorme visibilidade, levando-a a ser incluída na lista "*Forbes 30 Under 30*" da Europa e Coreia do Sul, e também na "*Business of Fashion 500"*, além de ter sua coleção exposta na exibição "*Hallyu! The Korean Wave*" no Museu Victoria and Albert e na exposição "*The Love of Couture: Artisanship in Fashion Beyond Time*" no K11 MUSEA em Hong Kong. Foi a terceira designer a receber o prêmio moda "*Goodwood Talent in Fashion Awards*", do Duque de Richmond (Goodwood, 2023).

Na lista de celebridades que Sohee vestiu estão Cardi B, Bella Hadid, Ariana Grande, Miley Cyrus, Gemma Chan, Naomi Campbell, Lisa (BLACKPINK), Sunmi e Anitta. A marca

tem foco na vestimenta de gala e a estética é fortemente influenciada pela herança cultural de Sohee, “inclinada a antiguidades e objetos naturais, que se refletem nas silhuetas e formas nas coleções”. Motivos românticos e pinturas coreanas *Minhwa*, têm papel importante na construção da linguagem visual, vistas nas cores e bordados complexos.”[19] (Miss Sohee, [2023], tradução nossa). Abaixo a imagem é uma colagem composta por 2 capturas de tela da postagem no instagram da marca MISS SOHEE, a saia recebe destaque na legenda por ser inspirada nas saias do *Hanbok.* No carrossel da postagem, é possível ver o look no desfile da coleção de Primavera/Verão 25, e a prancha de inspiração contendo fotos e ilustrações da roupa tradicional coreana. Na legenda a marca descreve que as saias “Volumosas do Hanbok Coreano” são reinventadas, oferecendo um visual ao mesmo tempo modesto e sensual, deixando em destaque as camadas de organza de seda - que na roupa tradicional, se revelam sutilmente por ficarem por baixo dos outros tecidos. (Miss Sohee, 2025.)

Figura 17 – Colagem com imagens da postagem de MISS SOHEE no instagram

Fonte: MISS SOHEE. 2025. @miss_sohee

[19] “Miss Sohee is greatly inspired by the founder’s Korean heritage and her penchant for antiques and old natural objects, reflected in the shapes and silhouettes of her collections. Romantic motifs and Korean Minhwa paintings play a similarly important role in constructing Miss Sohee’s visual language, found in the intricate embroidery and colours of the designs.”

5 MARCA TURQUESA E MERCADO

Turquesa é a marca de moda autoral da autora, que se encaixa no processo do slow fashion por sua produção de peças duráveis em pequena escala e que apesar de não serem atemporais, são possíveis de combinar com peças de outros estilos fora do streetwear. A marca se localiza fisicamente em um ateliê na cidade de Brasília, a venda acontece presencialmente e para todo o Brasil por meio de e-commerce, as peças de roupa são produzidas sob encomenda, com poucas peças a pronta entrega, os produtos secundários são produzidos sempre que acumulam sobras de material suficiente. Turquesa preza por acabamento de qualidade e considera o conforto e a beleza de cada peça, a produção mistura upcycling à confecção, com detalhes de bordado ou apliques feitos à mão, resultando em roupas que fogem da estética e processo de produção mecanizado do fast-fashion.

Dessa forma, a marca se destina a pessoas independentes, que gostam de peças exclusivas e com personalidade, por isso imagina como público alvo, jovens adultos de classe média-alta, que vivem em grandes cidades do Brasil, entre 20 e 35 anos, majoritariamente mulheres e pessoas trans, não-binárias e drag-queens. Essas pessoas gostam de moda, decoração, música, consomem conteúdos asiáticos, gostam de viajar e estar em grandes cidades, vão a boates, karaokes, shows, são adeptos do lazer noturno e trabalham durante o dia. Além disso, são pessoas confiantes, politizadas, vaidosas, determinadas, divertidas, ativas nas redes sociais.

5.1 IDENTIDADE VISUAL DA MARCA

Turquesa é o nome de uma pedra composta por “fosfato de alumínio básico azul-celeste ou verde, translúcido a opaco, que contém cobre” (Clarke, 2023). De acordo com o site Gem Select, a gema possui um longo histórico mitológico, visto que os antigos egípcios acreditavam que a cor azul proporcionava regeneração, e os nativos americanos e tibetanos acreditavam que trazia proteção e cura. Além disso, os meso americanos e chineses criaram obras de arte usando-a, da mesma forma a máscara mortuária do rei Tutancâmon foi incrustada com a pedra. Atualmente a pedra está relacionada, no misticismo, com o equilíbrio entre masculino e feminino, limpeza do chacra do terceiro olho e no feng shui representa a energia da água, além de ser uma pedra relacionada ao mês de dezembro - mês de nascimento da autora. (Clarke, 2023). A cor de mesmo nome está localizada entre o ciano e verde no sistema CMYK e sempre foi interessante para a autora, o fato de que as pessoas percebem o turquesa como pertencente a grupos diferentes: alguns pensam na cor como Verde-água,

outros como Azul-piscina, podendo ser uma analogia as diferentes percepções do “Eu”. Sendo assim, a marca adota como inspiração os conceitos de dualidade, mudança, fluidez, equilíbrio, força, poder, confiança, criatividade e auto-estima.

O símbolo da marca é uma sobreposição das letras T, Q e S, em disposição vertical, a fonte e cor mudam de acordo com o conceito da coleção e local de aplicação, podendo ou não estar acompanhada do nome “Turquesa” escrito ao lado ou embaixo. A cor e/ou textura do fundo é o que muda no caso de imagens para redes sociais, apresentações e materiais gráficos nos quais o logotipo ocupa a extensão toda da tela ou folha. Já no caso de aplicação do logotipo como assinatura, o logotipo segue sem fundo, sem escrita e a fonte em uma cor escura ou saturada que combine com a coleção. Abaixo é possível ver, respectivamente, o logotipo da temporada Outono/Inverno 24/25 em um fundo turquesa com texturas em preto e branco e uma colagem com 2 fontes em 2 cores diferentes, a turquesa e o laranja escuro, essas visam o uso como assinatura.

Figura 18 – Capa para redes sociais da temporada Outono/Inverno 24/25 da marca

Fonte: A autora (2025)

Figura 19 – Logotipos em fontes e cores diferentes para uso como assinatura da marca Turquesa

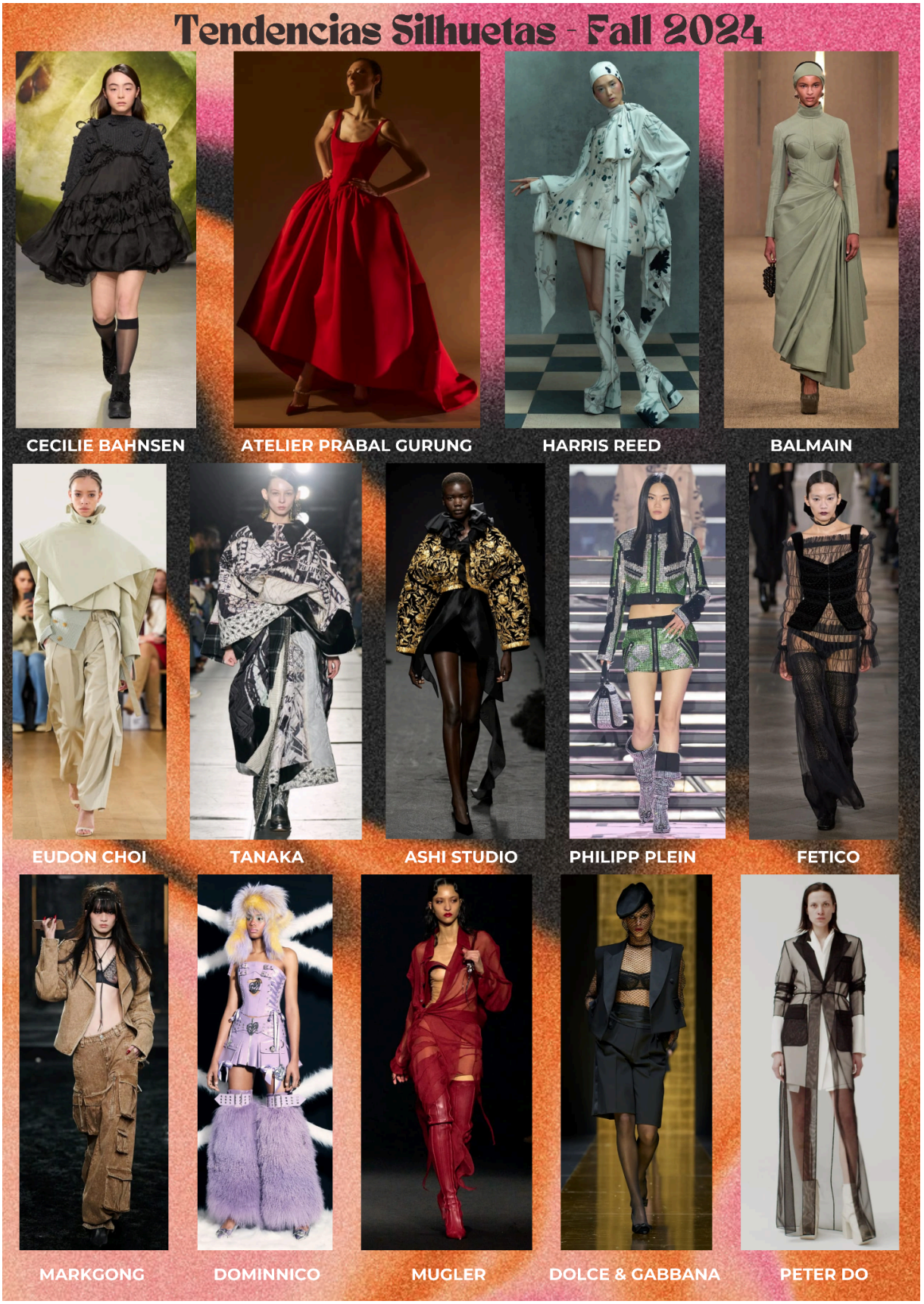
Fonte: A autora (2025)

6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

A coleção possui influências diretas da cultura sul coreana, principalmente dos trajes históricos, porém a fim de produzir uma coleção que esteja alinhada com as demandas de consumo atuais, foram feitas pesquisas de tendências usando sites como o VOGUE RUNAWAY e TAGWALK para consultar os desfiles de Outono/Inverno 24, categorizados nas pranchas como Fall 24 de acordo com o nome presente no site VOGUE RUNAWAY. A partir dos looks desfilados, foram criadas pranchas iconográficas que exibem tendências que fazem sentido para a coleção, porém com pelo menos uma imagem de tendência mais geral, a fim de explicitar que as estéticas escolhidas não são as únicas tendências da estação. As figuras foram separadas de acordo com as seguintes categorias: silhuetas, cores e design de superfície têxtil. Ao analisarmos a prancha de silhuetas, podemos perceber a presença das linhas A, X, I, H e T; na prancha de cores a maior parte dos tons está dessaturado e escurecido ou pastel, com exceção dos verdes e amarelo, que aparecem em tons saturados e vivos; enquanto a prancha de design de superfície têxtil apresenta uma variedade de estampas e técnicas de manipulação, as escolhidas para compor a colagem estão descritas ao lado dos looks.

Para a criação da coleção foram selecionadas as tendências que faziam sentido no contexto do tema e da marca, como a presença de peças de lingerie e corset, tecidos de transparência, babados e volume, calça cargo, peças de sobreposição como o sobretudo, recortes vazados e estampas de mancha, além disso foram escolhidas as cores preto, vermelho, marrom, beges, acinzentados e roxos, aplicadas às silhuetas H, A e T principalmente.

Figura 20 – Pesquisa de tendências de silhuetas



Fonte: A autora (2025)

Figura 21 – Pesquisa de tendências de cores

Fonte: A autora (2025)

Figura 22 – Pesquisa de tendências de design de superfície têxtil

Fonte: A autora (2025)

7 *MOODBOARDS* E DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A coleção é chamada *Confidence* e foi inspirada no fenômeno *Hallyu*. Por isso, direciona-se a pessoas que se movimentam, como dançarinos, performers, cantores e modelos, além dos fãs de K-pop e consumidores da cultura coreana. Possui como principais influências os grupos de K-Pop feminino Aespa[20] e o masculino NCT-127[21], pela performance confiante de seus membros dentro e fora dos palcos e também por suas presenças ativas no campo da moda, seja como embaixadores de marcas, modelos ou pela forma que se vestem em público. A ideia desta coleção de Outono/Inverno 24/25 é ser estilosa, jovial e marcante, com a mistura de tecidos leves de transparência e tecidos pesados, que enquadram as peças no estilo *streetwear* com traços românticos. Visto que a marca se localiza fisicamente em território tropical e que o conceito foi imaginado para cenários de performance, as peças não se destinam ao clima frio, mas ao conforto dos que as vestem em climas amenos e quentes.

Além disso, os looks refletem a jornada profissional da autora, visto que seus conhecimentos em costura, modelagem e acabamento foram construídos por suas experiências de trabalho em conjunto com o meio acadêmico, além do gosto pessoal por peças do fetichewear como as lingeries, gargantilhas, corsets, correntes e acessórios em couro. Para criar as peças foram feitas análises visuais e pesquisas teóricas sobre a roupa tradicional coreana, *Hanbok* e a inspiração coreana se mostra em vários elementos usados nas peças. Nos subtítulos em que mostraremos as fichas técnicas, estarão presentes as imagens e descrições das peças usadas como premissa para a concepção da coleção. Abaixo pode-se ver uma imagem do grupo IVE, usando parte da coleção de primavera-verão 24, da marca MINJUKIM em vídeo da música “HEYA” para exemplificar o conceito de coleção direcionada a grupos de K-pop. Além do figurino, destacamos que a música e o MV de “HEYA” também são exemplo do uso do K-pop para disseminação da cultura tradicional coreana, visto que o conceito da música é inspirado em um conto folclórico coreano chamado *"The Tiger Who Loved the Sun"* e o vídeo é repleto de objetos culturais coreanos como leques, palácios, charuto alongado, ilustrações em estilo coreano e *norigae*.

---

[20] Aespa é um grupo feminino da empresa SM ENT. composto por quatro membros que estrearam em 2020. São conhecidas pelo uso do conceito de metaverso e futurismo, a narrativa inicial era que cada membro teria um avatar digital e alguns vídeos musicais do grupo mostrariam os avatares em momentos ilustrados. O nome do grupo segue esse conceito e simboliza “experimentar o novo mundo”. O primeiro EP delas alcançou a posição 20 na Billboard 200, o segundo EP *“Girls”* alcançou terceiro lugar na Billboard 200 sendo o primeiro álbum do grupo a chegar no top 10 nos EUA.

[21] NCT-127 é um dos subgrupos do grupo masculino NCT, debutaram em 2016 e atualmente possuem oito membros. São o grupo que representa a Coreia do Sul e o 127 é a coordenada de longitude de Seul, porém alcançaram sucesso no Japão e lançaram já álbuns em japonês.

Figura 23 – Grupo IVE vestindo parte da coleção da marca MINJUKIM

Fonte: X: @IVEstarship, 2024.

7.1 PÚBLICO ALVO

Figura 24 – Prancha iconográfica de público alvo

Fonte: Autoria própria (2024).

7.2 BELEZA

A prancha de beleza da coleção é resultado da mistura da estética Y2K, que é uma versão renovada da estética dos anos 2000, com a estética futurista/cyber ambas estão recorrentes nos MVs de K-pop, os acessórios completam o visual de performer e todos a prancha foi construída considerando os adereços que não seriam produzidos pela marca, como sapatos, unhas e joias.

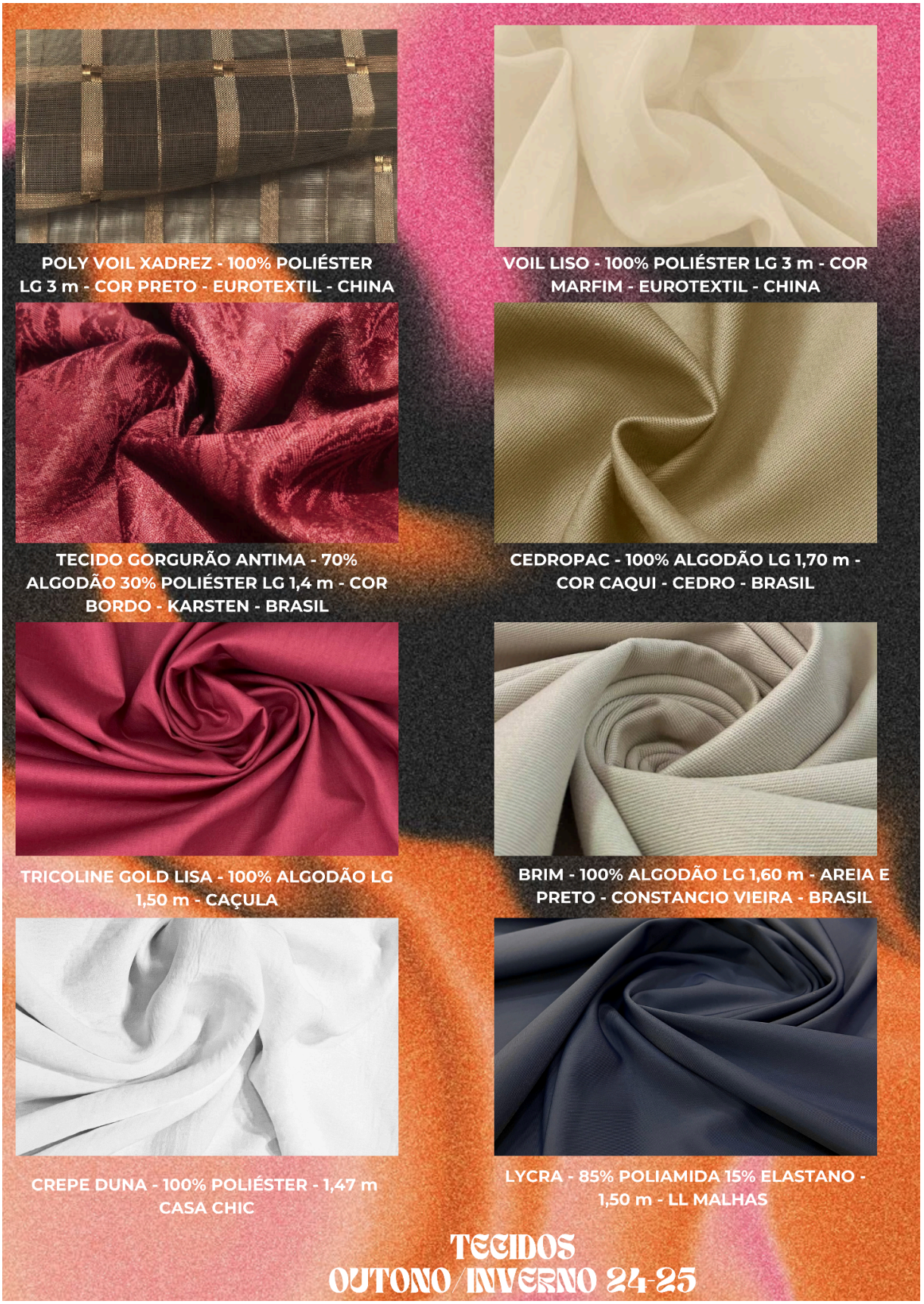
Figura 25 – Prancha iconográfica de beleza

Fonte: Autoria própria (2024).

7.3 TECIDOS

Para a escolha dos tecidos, considerou-se a pesquisa de tendências em conjunto com os tecidos que lembram as roupas tradicionais coreanas, além da disponibilidade de materiais na cidade de Juiz de Fora. Os tecidos de voil e gorgurão foram escolhidos por lembrarem respectivamente a saia do Hanbok feminino e a textura da jaqueta do Hanbok masculino, enquanto os tecidos de brim denotam força e contribuem para o aspecto Street, os tecidos de lycra completam as peças com leveza e sensualidade.

Figura 26 – Prancha iconográfica de tecidos



Fonte: Autoria própria (2025).

7.4 DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL

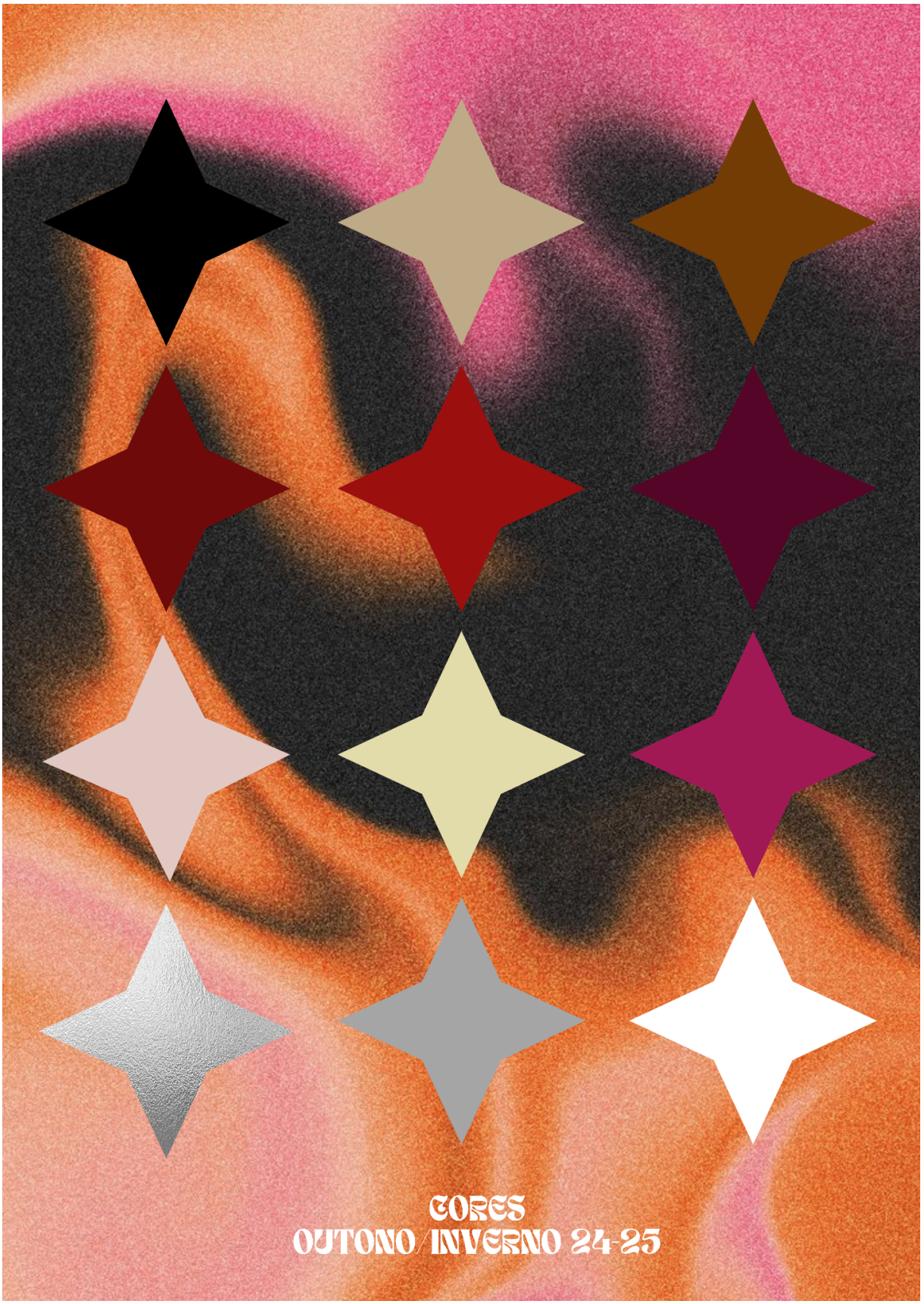
Pretende-se realizar diversas interferências nas peças da coleção, como por exemplo, apliques de retalhos costurados, impressão em técnica de gravura, tingimentos com pigmentos líquidos, pinturas com pincel grande de cerdas duras, além de usar o conceito de *Jogakbo* - técnica semelhante ao patchwork.

Figura 27 – Prancha iconográfica de design de superfície têxtil

Fonte: Autoria própria (2025).

7.5 CORES

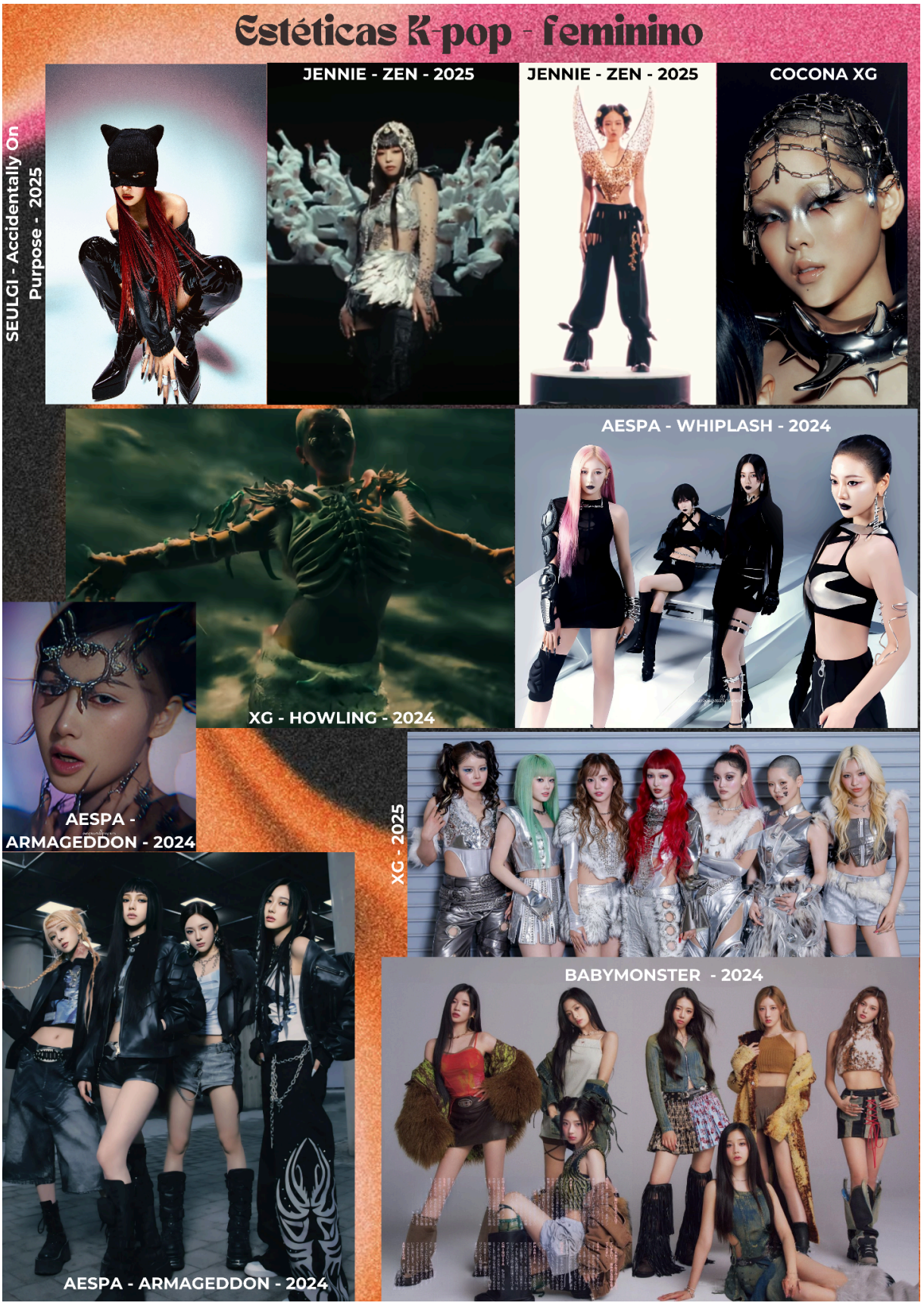
Figura 28 – Prancha iconográfica de cores



Fonte: Autoria própria (2025).

7.6 PRANCHAS DE ESTÉTICAS DE KPOP

Figura 29 – Prancha iconográfica de estéticas de Kpop de grupos femininos



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 30 – Prancha iconográfica de estéticas de Kpop de grupos masculinos

Fonte: Autoria própria (2025).

7.7 PARÂMETRO DE PRODUTO

Figura 31 – Parâmetro de produto

Parâmetro de produtos						
Nome da marca: Turquesa **Nome da coleção: Confidence** **Estação: Outono/Inverno 24 - 25**						
Mix de moda **Mix de produtos**		**Básico**	**Fashion**	**Vanguarda**	**Total**	**%**
Partes de cima	Corset inteiro			1	1	3,44%
	Blusa cropped manga longa		1		1	3,44%
	Cropped regata	2			2	6,89%
	Maiô cavado		2		2	6,89%
	Top curto	1		1	2	6,89%
	Blusa assimétrica		1		1	3,44%
Partes de baixo	Bermuda oversized	1	1		2	6,89%
	Calça cargo	1	1		2	6,89%
	Calça baggy			1	1	3,44%
	Minissaia		1	2	3	10,34%
	Saia longa			1	1	3,44%
Peças inteiras	Vestido longo		1		1	3,44%
	Vestido curto	1	1		2	6,89%
Sobreposições	Corset underbust	2			2	6,89%
	Colete		2		2	6,89%
	Sobretudo longo		1	1	2	6,89%
	Jaqueta cropped		2		2	6,89%
Total		8	14	7	29	100%
%		27,58%	48,27%	24,13%	100%	

Fonte: Autoria própria (2025).

7.8 CROQUIS DA COLEÇÃO

Figura 32 – Croqui 1

Fonte: Autoria própria (2024).

Figura 33 – Croqui 2

Fonte: Autoria própria (2024).

Figura 34 – Croqui 3

Fonte: Autoria própria (2024).

Figura 35 – Croqui 4

Fonte: Autoria própria (2024).

Figura 36 – Croqui 5

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 37 – Croqui 6

Fonte: Autoria própria (2024).

Figura 38 – Croqui 7

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 39 – Croqui 8

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 40 – Croqui 9

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 41 – Croqui 10

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 42 – Croqui 11

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 43 – Croqui 12

Fonte: Autoria própria (2025).

7.9 SEQUÊNCIA DE DESFILE

Figura 44 – Sequência de desfile

Fonte: Autoria própria (2025).

8 DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

Nesta seção, serão apresentados as etapas de desenvolvimento dos 3 looks escolhidos da coleção, incluindo as fichas técnicas de cada peça e fotos do processo de prototipagem, algumas peças da coleção possuem inspiração direta de roupas, acessórios e objetos da cultura coreana, nesses casos a imagem de referência será apresentada em conjunto com o crédito e explicação da peça. As peças que foram desenvolvidas apenas para compor a roupa, a exemplo da *hotpant,* serão apenas brevemente introduzidas.

8.1 LOOK 1

Figura 45 – 1º look escolhido para o desenvolvimento

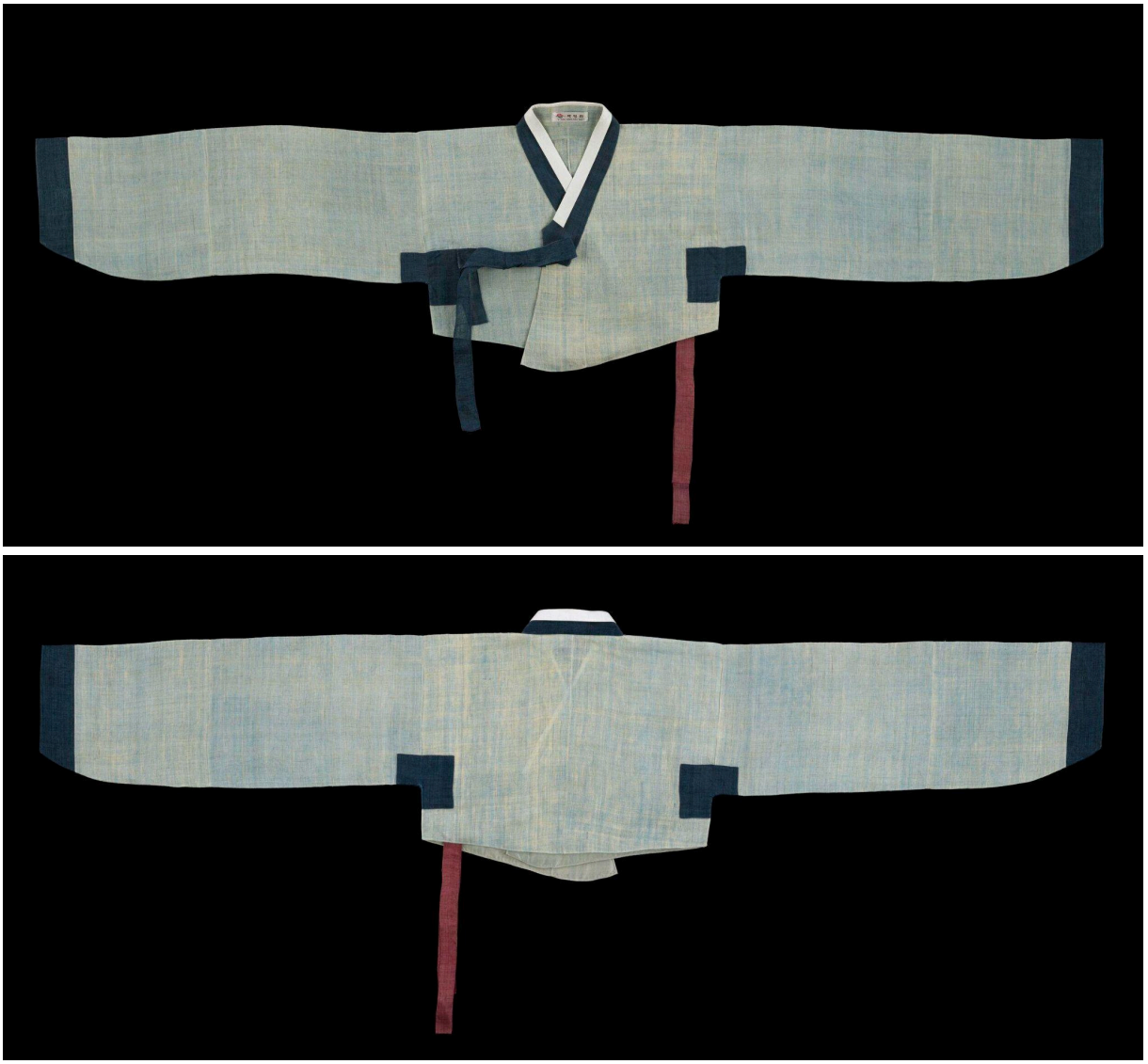
Fonte: Autoria própria (2025).

A peça de sobreposição do look 1 foi inspirada no casaco *Jeogori (*저고리*),* que faz parte do traje feminino do Hanbok para criar a forma geral da peça. As fitas de amarrar *Goreum (*고름*)* foram substituídas por correntes para acompanhar a estética da coleção, o comprimento do casaco foi diminuído na parte da frente primeiramente almejando um aspecto mais semelhante ao streetwear e para não esconder os detalhes do maiô, que vai por baixo. O detalhe da gola ficou apenas na parte frontal ao invés de seguir por toda a área da gola, sendo feito com o mesmo tecido da saia que completa o look. Também acompanha a cor do forro e da barra interna da manga, escolhida para dar destaque à peça enquanto a pessoa que a usa se movimenta. A maior parte da peça é feita usando acabamento forrado, com exceção da manga que foi fechada em costura inglesa na intenção de oferecer conforto e elegância, em complemento possibilita que a peça seja reversível. Além disso, o detalhe das faixas que descendem das costas da peça foi inspirado em duas ocasiões, a primeira deriva de um corset inspirado na arquitetura da Catedral Metropolitana de Brasília e costurado pela autora em 2022. A segunda situação provém do show do artista Taemin, membro do grupo Shinee, em sua vinda ao Brasil em fevereiro de 2025, no qual o cantor usou um figurino que lembrava a construção do corset mencionado acima, na cor vermelha, esse detalhe foi adicionado à concepção da jaqueta após o show, mas a ideia da jaqueta havia sido concebida. Abaixo, são apresentadas respectivamente uma colagem composta pela imagem do corset da autora com 2 fotos tiradas durante o show do cantor Taemin, seguida de duas imagens do Jeogori do acervo do Victoria and Albert Museum.

Figura 46 – Colagem composta do corset da autora e imagens do show do cantor Taemin no Brasil

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 47 –Jeogori do acervo do Victoria and Albert Museum.



Fonte: Victoria and Albert Museum, 2022.

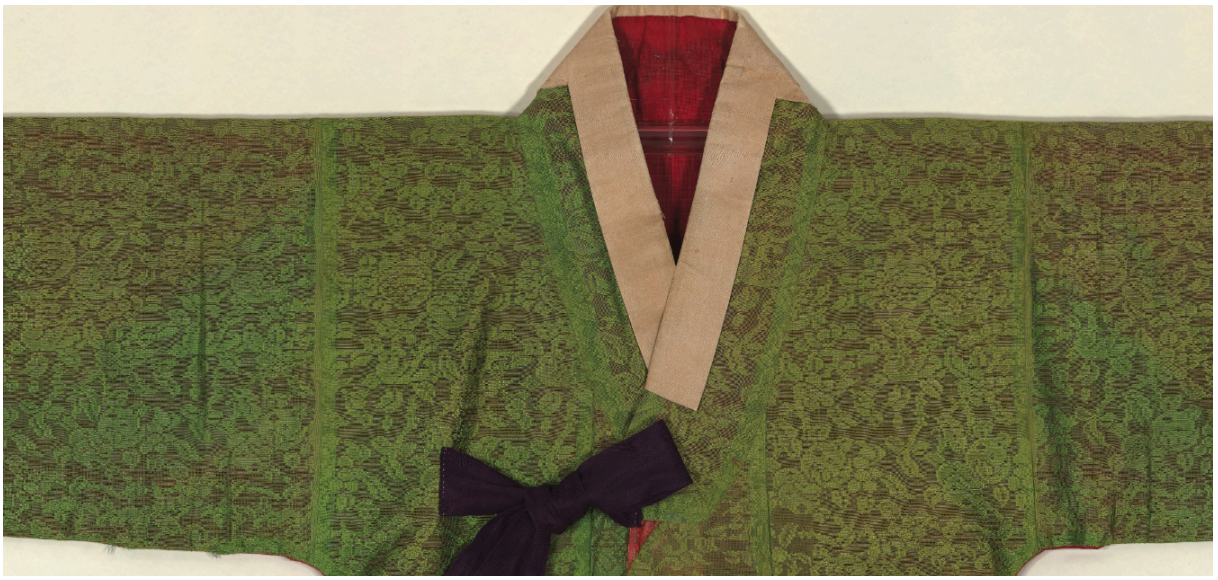
O maiô é uma peça de equilíbrio entre as peças mais chamativas, que são a jaqueta e a saia, por ser uma peça simétrica entre duas peças assimétricas. Porém, não se limita a ser simples: os detalhes em tecido branco são recortes inspirados no conceito de Popstar, que se relaciona completamente aos *Idols* e aos conceitos base da marca Turquesa, sendo um deles a autoconfiança. Os recortes se conectam na parte frontal da peça e as laterais as estrelas brancas substituem a costura lateral do lado de fora, além disso a peça é inteira forrada com alças de elástico embutido promovendo mais conforto ao cliente. O elemento de sensualidade do maiô é o corte cavado na perna, a costura repousa sobre a linha da cintura, de forma que a pele da modelo apareça como um recorte no look completo.

A saia assimétrica que finaliza o look é uma peça de comprimento mini com linha de cintura quase baixa (quadril alto), possui uma fenda geometrizada na perna que se inicia no fim do zíper. A peça é toda forrada, incluindo a sobressaia, o que proporciona conforto à peça. Além disso, é composta por uma sobressaia que propõe uma estética de movimento, primeiramente por ser unida à saia apenas pela cintura e depois pelas linhas que cria por cima da saia. As linhas frontais da sobressaia se inspiram na gola Y dos *Hanboks* e as da saia servem para criar a abertura da fenda, de forma que a peça seja entendida como dinâmica. Essa escolha foi feita a partir dos conceitos explicados pela pesquisadora Donis A. Dondis (2003. P. 139-160), no capítulo técnicas de comunicação visual presente no livro Sintaxe da Linguagem visual, nesse caso o uso da justaposição de elementos de instabilidade e atividade, como as linhas diagonais e lados assimétricos, proporciona equilíbrio à peça. Quanto à escolha do tecido, os tecidos de seda e rami que compunham *Hanbok* usados pelos nobres coreanos da era Joseon foram a maior motivação por causa do *jacquard* presente no tecido da saia, ademais o tecido de gorgurão é mais rígido e mais próximo do caimento do brim usado na jaqueta, contribuindo para a estética *Street* da coleção. Abaixo podemos ver duas imagens do tecido de uma jaqueta cerimonial feminina feita em seda, do século XIX, as imagens foram retiradas do site do Google Arts & Culture, a peça pertence ao *Sookmyung Women's University Museum.*

Figura 48 – Jaqueta cerimonial feminina do acervo do *Sookmyung Women's University Museum.*

Fonte: Google Arts & Culture.

Figura 49 – Jaqueta cerimonial feminina do acervo do *Sookmyung Women's University Museum*.



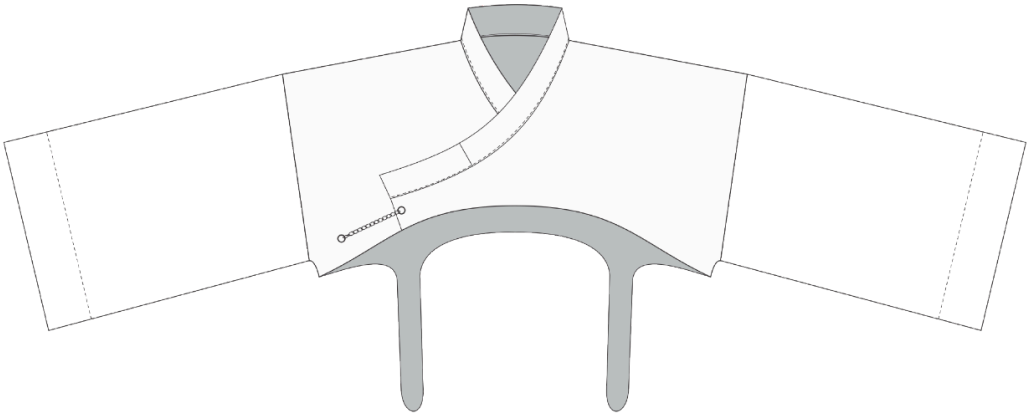
Fonte: Google Arts & Culture.

8.1.1 Fichas técnicas (look 1)

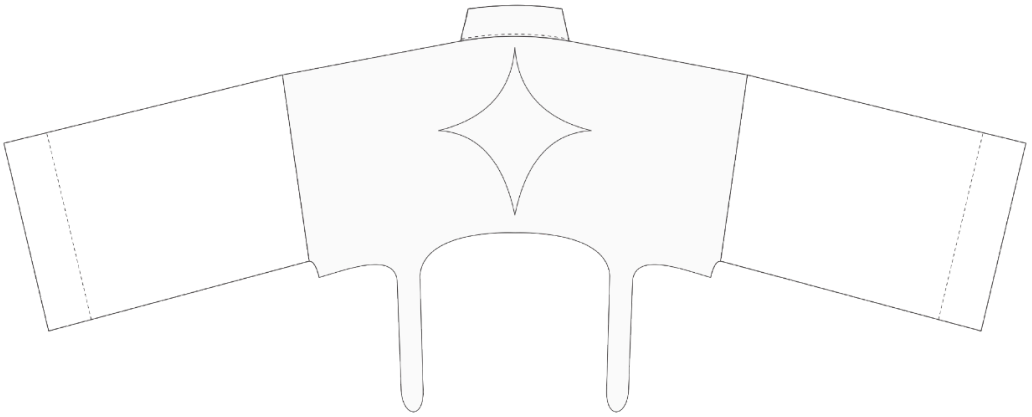
Tabela 2 – Ficha técnica jaqueta

REF.: J01	NOME: JAQUETA CROPPED GOLA Y	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: JAQUETA CROPPED OVERSIZED COM MANGA 3/4 E GOLA Y		

FRENTE



COSTAS



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X	X							

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	VERMELHA	20 M	CAÇULA	R$ 0,01
LINHA 120	100% P	PRETA	80 M	CAÇULA	R$ 0,03
CORRENTE	ALUMINIO	PRATA	10 cm	ARMARINHO CENTRAL	R$ 1,50
GANCHO DE BIJUTERIA	ALUMINIO	PRATA	1 UN	ARMARINHO CENTRAL	R$ 0,10

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
BRIM	100% A	PRETO	1,20 M	1,60 M	CAÇULA	R$ 34,68
TRICOLINE	100% A	VERMELHA	1,20 M	1,50 M	CAÇULA	R$ 27,48
TEC. GORGURÃO	70% A 30% P	VERMELHA	15 cm	1,40 M	CAÇULA	R$ 3,75

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 1,64	R$ 65,91	R$ 81	R$ 230

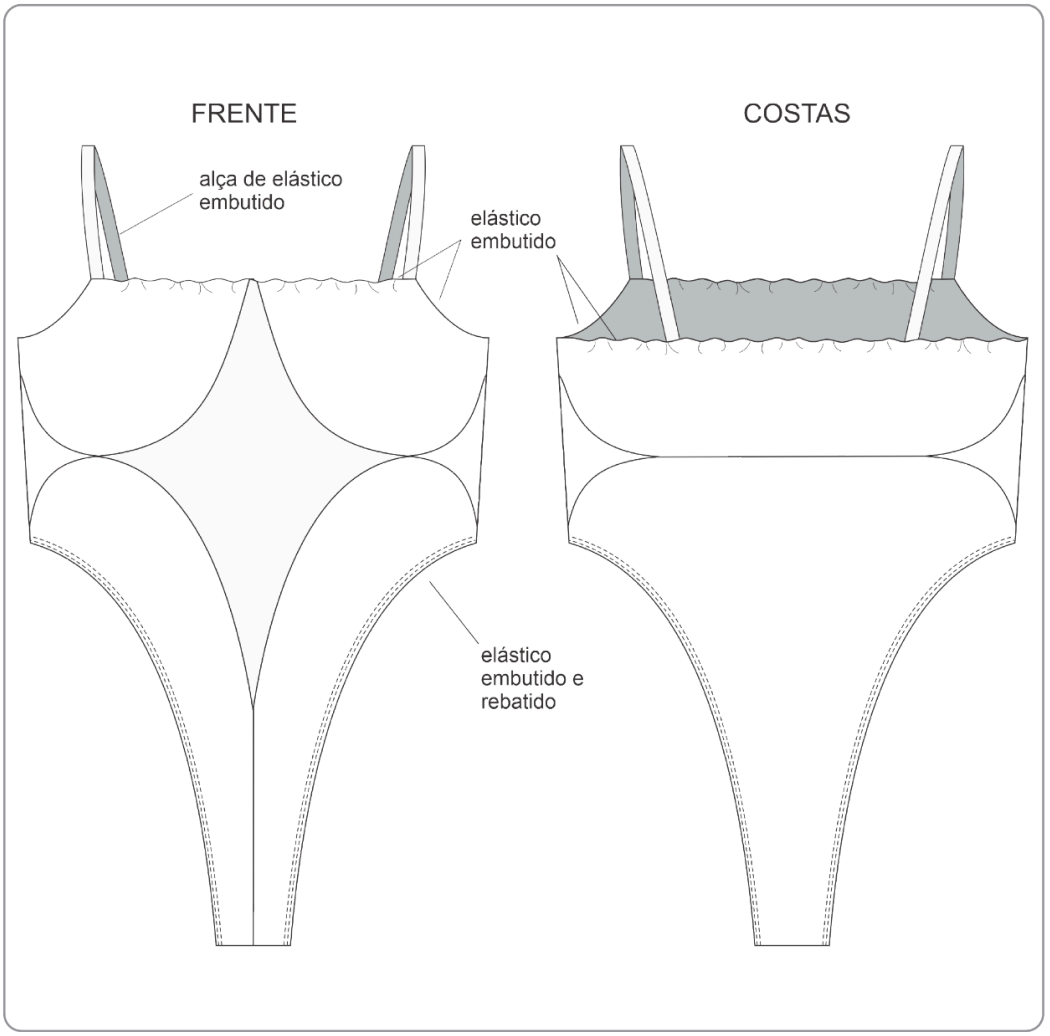
MODELAGEM	
MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 6	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
MANGA	1 PAR
FRENTE	1 PAR TECIDO PRINCIPAL, 1 PAR FORRO
COSTAS	1 X TECIDO PRINCIPAL, 1 X FORRO
GOLA	1 X
DETALHE DE GOLA	1 X
DETALHE BARRA DA MANGA	1 PAR NO FORRO

SEQUÊNCIA OPERACIONAL	
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR OMBROS FRENTE E COSTAS NO FORRO	RETA
UNIR OMBROS FRENTE E COSTAS NO TP	RETA
UNIR LATERAIS NO FORRO	RETA
UNIR LATERAIS NO TP	RETA
FECHAR MANGAS EM COSTURA INGLESA	RETA
PASSAR PEÇA ASSENTANDO COSTURAS	MANUAL
COSTURAR MANGA À CAVA, EMBUTIR DENTRO DO FORRO	RETA
FECHAR ACABAMENTO DA MANGA EM COSTURA COMUM	RETA
COSTURAR ACABAMENTO À BARRA DA MANGA DIREITO COM DIREITO	RETA
COLOCAR ACABAMENTO PARA DENTRO, DOBRAR MARGEM DE 1 cm E PESPONTAR	RETA
EMBUTIR PARTE INFERIOR DA PEÇA COMPLETAMENTE	RETA
UNIR DETALHE DA GOLA À FAIXA DE GOLA	RETA
COSTURAR COLA PELO AVESSO DA PEÇA PRIMEIRO	RETA
VIRAR E DOBRAR GOLA	MANUAL
EMBUTIR FINAIS E PESPONTAR PELO LADO DIREITO DA PEÇA	RETA
COSTURAR FITA DE AMARRAR NA PONTA DA FRENTE DIREITA	RETA
COSTURAR FITA DE AMARRAR NA LATERAL ESQUERDA, POR DENTRO	RETA
COSTURAR DETALHE DAS COSTAS MANUALMENTE	MANUAL
COSTURAR ARGOLAS DE SUPORTE À CORRENTE MANUALMENTE	MANUAL
COLOCAR CORRENTE E GANCHO	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025).

Tabela 3 – Ficha técnica maiô

REF.: M01	NOME: MAIÔ	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: MAIÔ COM RECORTES DE ESTRELA		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

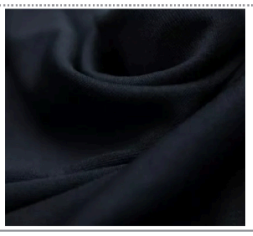
AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	BRANCA	5 M	CAÇULA	R$ 0,02
LINHA 120	100% P	PRETA	27M	CAÇULA	R$ 0,12
FIO DE POLIÉSTER	100% P	PRETA	256M	CAÇULA	R$ 0,31
ELÁSTICO 7MM	69% P 31% LATEX	BRANCO	218CM	CAÇULA	R$ 1,20
ELÁSTICO 15MM	69% P 31% LATEX	BRANCO	70CM	CAÇULA	R$ 0,35

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. LYCRA	84% PA 16% PUE	BRANCO	40CM	1,40 M	LL MALHAS	R$ 8,24
TEC. LYCRA	84% PA 16% PUE	PRETO	1 M	1,40 M	LL MALHAS	R$ 20,60

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 2,00	R$ 28,84	R$ 243	R$ 160

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 8	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
FRENTE SUPERIOR	1 PAR
FRENTE INFERIOR	1 PAR
RECORTE ESTRELA MAIOR	1 X
COSTAS INFERIOR	1 X
COSTAS SUPERIOR	1 X
FRENTE FORRO	1 X
COSTAS FORRO	1 X
FAIXA DA ALÇA	1 PAR

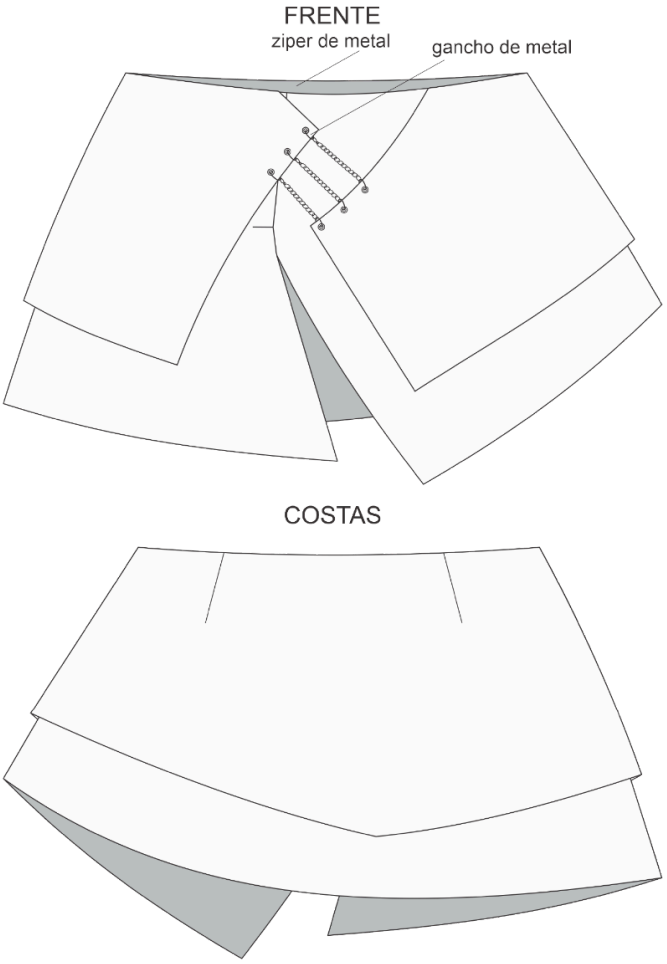
SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
FECHAR FUNDO E LATERAIS DO FORRO	OVERLOQUE
UNIR ESTRELA MAIOR ÀS FRENTES INFERIORES	OVERLOQUE
UNIR AS FRENTES SUPERIORES	OVERLOQUE
UNIR RECORTE LATERAL À FRENTE	OVERLOQUE
UNIR COSTAS SUPERIOR À FRENTE E RECORTE LATERAL	OVERLOQUE
UNIR COSTAS INFERIOR À FRENTE E RECORTE LATERAL	OVERLOQUE
UNIR DOIS LADOS DA FRENTE INFERIOR	OVERLOQUE
UNIR RECORTE COSTAS	OVERLOQUE
FECHAR FUNDO TECIDO PRINCIPAL	OVERLOQUE
EMBUTIR CAVA DA PERNA UNINDO T.P. E FORRO COM ELÁSTICO	OVERLOQUE
DESVIRAR	MANUAL
EMBUTIR CAVA DA PERNA UNINDO T.P. E FORRO COM ELÁSTICO	OVERLOQUE
EMBUTIR ELÁSTICO DE ALÇA NO TECIDO	OVERLOQUE
DESVIRAR ALÇA	MANUAL
EMBUTIR DECOTE T.P. E FORRO COLOCANDO ALÇAS E ELÁSTICO	OVERLOQUE
DESVIRAR PEÇA POR UMA ABERTURA LATERAL NO FORRO	MANUAL
COSTURAR ABERTURA COM COSTURA INVISÍVEL	MANUAL
REBATER ELÁSTICOS DA PERNA	GALONEIRA

Fonte: Autoria própria (2025).

Tabela 4 – Ficha técnica minissaia

REF.: S01	NOME: SAIA	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: MINISSAIA ASSIMÉTRICA COM FENDA		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	VERMELHA	77 M	CAÇULA	R$ 0,35
ZIPER	METAL	DOURADO/ VERMELHO	1 UN	CASA KOMBAT	R$ 3,50
ILHÓS Nº51	NÍQUEL	PRATA	6 UN	ARMARINHO CENTRAL	R$ 3,00
GANCHO DE BIJUTERIA	ALUMINIO	PRATA	3 UN	ARMARINHO CENTRAL	R$ 0,30
CORRENTE	ALUMINIO	PRATA	30 CM	ARMARINHO CENTRAL	R$4,50
ARGOLA	NÍQUEL	PRATA	12 UN	CASA DO COURO	R$ 1,80

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. GORGURÃO	70% A 30% P	VERMELHA	80 CM	1,40 M	CAÇULA	R$ 20,00
TEC. TRICOLINE	100% A	VERMELHA	80 CM	1,50 M	CAÇULA	R$ 16,80
						R$

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 13,45	R$ 36,80	R$ 120	R$ 260

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 7	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
FRENTE DIREITA	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO
FRENTE ESQUERDA	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO
COSTAS	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO
BARGUILHA	2 X TEC. PRINCIPAL, 2 X FORRO
FRENTE DIREITA MENOR	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO
FRENTE ESQUERDA MENOR	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO
COSTAS MENOR	1 X TEC. PRINCIPAL, 1 X FORRO

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR LATERAIS DA SAIA MAIOR NO TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR LATERAIS DA SAIA MAIOR NO FORRO, DEIXANDO UMA DELAS COM ESPAÇO SEM COSTURAR PARA DESVIRAR SAIA	RETA
UNIR LATERAIS DA SAIA MENOR NO TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR LATERAIS DA SAIA MENOR NO FORRO	RETA
FAZER PENCES DAS COSTAS EM TODAS AS COSTAS DA SAIA	RETA
COLAR ENTRETELA NA PARTE ONDE FICARÃO OS ILHOS NA SAIA MENOR	FERRO
UNIR TECIDO PRINCIPAL E FORRO DA SAIA MENOR DEIXANDO APENAS A CINTURA ABERTA	RETA
FAZER PIQUES NAS COSTURAS	MANUAL
DESVIRAR SAIA MENOR E PASSAR	MANUAL E FERRO
COSTURAR BARRA DO TECIDO PRINCIPAL E FORRO NA SAIA MAIOR	RETA
COLOCAR SAIA MENOR DENTRO DA SAIA MAIOR PARA EMBUTIR CINTURA	MANUAL E RETA
PESPONTAR MARGEM DE COSTURA AO FORRO	RETA
MONTAR OS RETANGULOS DA BARGUILHA	RETA
EMBUTIR BARGUILHA DIREITA	RETA
COSTURAR ZIPER NA BARGUILHA ESQUERDA	RETA
EMBUTIR BARQUILHA ESQUERDA COM O ZIPER	RETA

SEQUÊNCIA OPERACIONAL	
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
FECHAR RESTANTE DA SAIA	RETA
DESVIRAR PELO ESPAÇO DEIXADO	MANUAL
FECHAR ESPAÇO EM COSTURA INVISÍVEL	RETA
PRENDER ZIPER NA BARGUILHA DIREITA	RETA
PRENDER BARGUILHA DOBRADA NA PARTE	
DA FRENTE DA SAIA MAIOR	RETA
PASSAR SAIA	FERRO
COLOCAR ILHOS	MANUAL
COLOCAR CORRENTES	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025).

8.1.2 Cartela de aviamentos (look 1)

Figura 50 – Cartela de aviamentos

Fonte: Autoria própria (2025).

8.1.3 Prototipagem (look 1)

A modelagem das peças foi feita em processos mistos de modelagem plana e moulage, seguindo como base o manequim tamanho 40, a saia e a jaqueta foram feitos em moulage com tecido algodão cru e ajustados pelo processo de modelagem plana. A modelagem do maiô foi graduada e ajustada a partir da base de maiô feita na disciplina de modelagem plana de tecidos elásticos. Tratando-se do processo de costura, foram usadas as máquinas reta e overloque, aplicando técnicas as de embutir e de costura inglesa principalmente, todas as peças são forradas.

Figura 51 – Prancha iconográfica do processo de prototipagem

Fonte: Autoria própria (2025).

8.2 LOOK 2

O look 2 foi pensado para misturar as inspirações da cultura coreana com referências do repertório de peças que a autora já produziu em sua jornada acadêmica e profissional, dessa forma o corset deste look está incluso nas peças que compõem a identidade da marca. A peça em questão é inteira forrada, seguindo o acabamento do look anterior. Sua estrutura interna é composta por barbatanas de metal e entretela de malha e o forro de tricoline 100% algodão garante um conforto maior para o usuário. Além disso, para criar o canal das barbatanas, fizemos uso do viés de taquara, que foi costurado apenas no tecido principal, garantindo um acabamento limpo no verso da peça, que tem apenas as costuras de união do forro. A saia foi inspirada na saia do *Hanbok,* chamada *Chima,* mais especificamente nas camadas inferiores que possuem leve transparência. Os babados foram costurados à base de forma assimétrica para que as sobreposições não escondam a perna da modelo completamente e o volume completa a silhueta que remete à *Chima.* A cintura possui elástico dentro do cós que possibilita o ato de vestir a peça, além de fazer com que a saia sirva em pessoas do tamanho 38 e 40. Por baixo da saia o look possui uma calcinha *hotpant.* Finalizamos o look com um top assimétrico em brim preto com detalhe em brim na cor areia que compõe uma das alças de amarrar. O acabamento externo é forrado e o detalhe em formato de estrela é sobreposto à base do top, a peça possui abertura de amarração nas costas e no ombro, além de um recorte entre os seios e forro interno.

Figura 52 – 2º look escolhido para o desenvolvimento

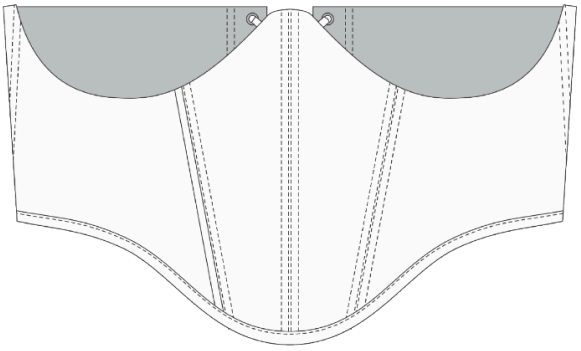
Fonte: Autoria própria (2025).

8.2.1 Fichas técnicas (look 2)

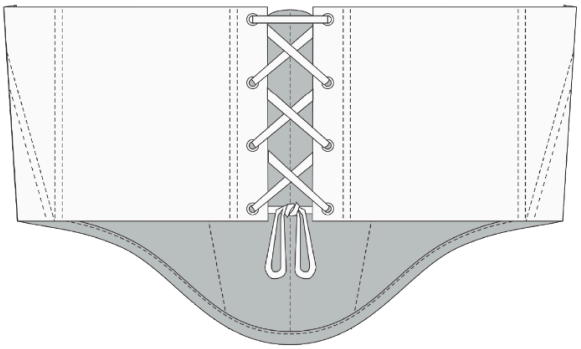
Tabela 5 – Ficha técnica corset

REF.: C01	NOME: CORSET	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: CORSET UNDERBUST EM TECIDO GORGURÃO		

FRENTE



COSTAS



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X	X							

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	VERMELHA	25 M	CAÇULA	R$ 0,11
ENTRETELA	100% P	BRANCA	40 CM	ARMARINHO CENTRAL	R$ 8,40
ILHÓS Nº50	NÍQUEL	PRATA	8 UN	CASA DO COURO	R$ 4,00
BARBATANA	METAL	PRATA	12 UN	CAÇULA	R$ 23,98

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. GORGURÃO	70% A 30% P	VERMELHA	40 CM	1,40 M	CAÇULA	R$ 10,00
TEC. TRICOLINE	100% A	VERMELHA	40 CM	1,50 M	CAÇULA	R$ 8,40

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 36,49	R$ 18,40	R$ 81	R$ 205

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 5	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
CENTRO FRENTE	1X TECIDO PRINCIPAL, 1X FORRO
LATERAL	1 PAR TECIDO PRINCIPAL, 1 PAR FORRO
COSTAS	1 PAR TECIDO PRINCIPAL, 1 PAR FORRO
VIÉS	1 X TEC. PRINCIPAL
ACABAMENTO COSTAS	1 PAR TEC. PRINCIPAL

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
COLAR ENTRETELA EM TODAS AS PARTES DE TECIDO PRINCIPAL	FERRO
UNIR AS PARTES DO TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR AS PARTES DO FORRO	RETA
PASSAR MARGENS DE COSTURA ABERTAS	RETA
COSTURAR TAQUARAS NO AVESSO DO TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR PARTE DE CIMA DO TECIDO PRINCIPAL E DO FORRO,	
FAZENDO RETROCESSOS DE REFORÇO NAS TAQUARAS	RETA
FAZER PIQUES	MANUAL
DESVIRAR A PEÇA	MANUAL
PASSAR COSTURA DE CIMA	FERRO
COLOCAR BARBATANAS	MANUAL
COSTURAR PARTE DE CIMA DO ACABAMENTO DE ILHOS,	RETA
EMBUTINDO COSTURA	RETA
DESVIRAR E PASSAR	MANUAL E FERRO
FAZER COSTURA PARA BARBATANA	RETA
FAZER COSTURA DE REFORÇO	RETA
COLOCAR BARBATANAS	MANUAL
EMBUTIR ACABAMENTO DE ILHOS NAS LATERAIS DO CORSET	RETA
DESVIRAR E PASSAR	MANUAL E FERRO
COSTURAR VIÉS NA ABERTURA RESTANTE PELO VERSO	RETA
VIRAR E PESPONTAR VIÉS	RETA

Fonte: Autoria própria (2025)

Tabela 6 – Ficha técnica saia longa transparente

REF.: S02	NOME: SAIA DE BABADOS	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: SAIA ASSIMÉTRICA LONGA COM BABADOS		

FRENTE

COSTAS

CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	PRETA	170M	CAÇULA	R$ 0,79
ELÁSTICO 25MM	69% P 31% LATEX	PRETO	70CM	CAÇULA	R$ 0,34

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. VOIL XADREZ	100% P	PRETO	2M	3 M	CAÇULA	R$ 21,98

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 1,13	R$ 21,98	R$ 122	R$ 220

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 3	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	**CORTE**
FRENTE	**1 X**
COSTAS	**1 X**
CÓS	**2 X**

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

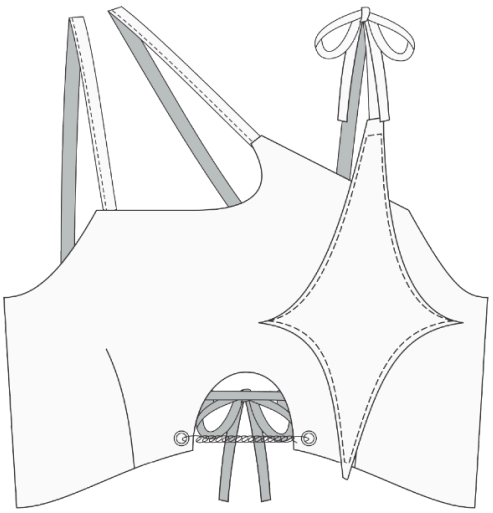
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR LATERAIS EM COSTURA FRANCESA	RETA
QUEIMAR BARRA	MANUAL
UNIR LATERAIS DO CÓS DEIXANDO ABERTURA PARA PASSAR	RETA
ELÁSTICO	
COSTURAR CÓS NA SAIA EMBUTINDO COSTURA	RETA
QUEIMAR BARRA DAS FAIXAS DE TECIDO DO BABADO	MANUAL
FRANZIR BABADOS	RETA
COSTURAR BABADOS NA SAIA	RETA
PASSAR ELÁSTICO NO CÓS	MANUAL
FECHAR ABERTURA DO ELÁSTICO COM COSTURA RETA	RETA
FAZER COSTURA RETA PRENDENDO ELÁSTICO NO CÓS, NO MEIO	RETA
DA FRENTE, DAS COSTAS E NA LATERAL RESTANTE	

Fonte: Autoria própria (2025)

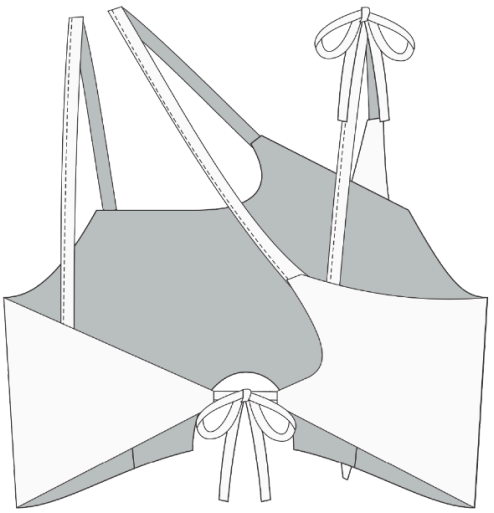
Tabela 7 – Ficha técnica top com recorte estrela

REF.: T02	NOME: TOP ESTRELA	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: TOP DE AMARRAR COM DETALHE EM ESTRELA		

FRENTE



COSTAS



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	BRANCO	4M	CAÇULA	R$ 0,01
LINHA 120	100% P	PRETO	16M	CAÇULA	R$ 0,07
CORRENTE	ALUMINIO	PRATA	10CM	ARMARINHO CENTRAL	R$ 1,50
ILHÓS Nº51	NÍQUEL	PRATA	2 UN	ARMARINHO CENTRAL	R$ 1,00

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. BRIM	100% A	AREIA	30CM	1,60M	CAÇULA	R$ 7,79
TEC. BRIM	100% A	PRETO	50CM	1,60M	CAÇULA	R$ 13,00
TEC. TRICOLINE	100% A	VINHO	40CM	1,50M	CAÇULA	R$ 8,40

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 2,58	R$ 29,19	R$ 81	R$ 170

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 4	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
FRENTE	1 X T.P. E FORRO
COSTAS DIREITA	1 X T.P. E FORRO
COSTAS ESQUERDA	1 X T.P. E FORRO
RECORTE ESTRELA	1 X T.P. E FORRO

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

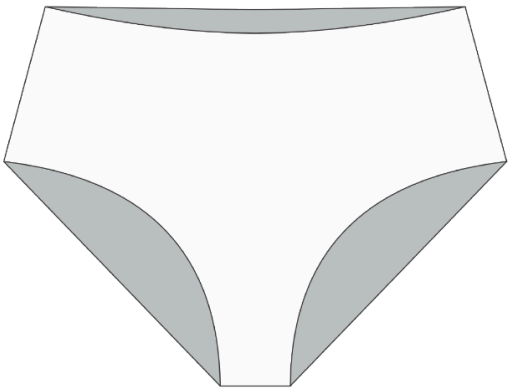
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
COSTURAR PENCE DE BUSTO TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR LATERAIS T.P.	RETA
COSTURAR PENCE DE BUSTO FORRO	RETA
UNIR LATERAIS FORRO	RETA
COSTURAR FITAS DE VIÉS PARA ALÇA	RETA
PRENDER ALÇAS NOS ESPAÇOS DE ACORDO COM MARCAÇÕES	RETA
DO MOLDE, NO T.P.	
COSTURAR T.P. AO FORRO DEIXANDO UMA ABERTURA PARA	RETA
DESVIRAR	
DESVIRAR A PEÇA	MANUAL
FECHAR ABERTURA COM COSTURA INVISÍVEL	MANUAL
PRENDER ALÇA DA ESTRELA	RETA
COSTURAR T.P. DA ESTRELA AO FORRO DEIXANDO UMA	RETA
ABERTURA PARA DESVIRAR	
POSICIONAR ESTRELA NO BUSTO DIREITO	MANUAL
COSTURAR ESTRELA AO BUSTO COM PESPONTO	RETA

Fonte: Autoria própria (2025)

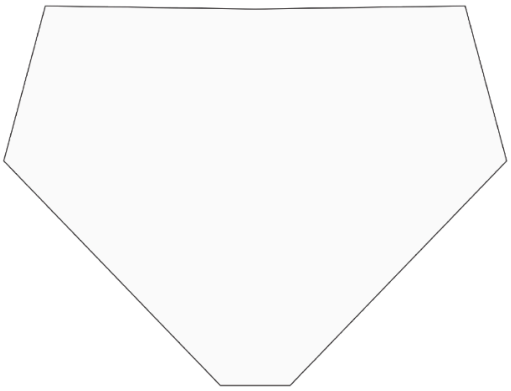
Tabela 8 – Ficha técnica hotpant

REF.: H01	NOME: HOTPANT	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: CALCINHA ALTA MODELO HOTPANT		

FRENTE



COSTAS



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	PRETA	10M	CAÇULA	R$ 0,04
ELÁSTICO 7MM	69% P 31% LATEX	BRANCO	210CM	CAÇULA	R$ 1,20
FIO DE POLIÉSTER	100% P	PRETA	55M	CAÇULA	R$ 0,31

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. LYCRA	84% PA 16% PUE	PRETO	40CM	1,40 M	LL MALHAS	R$ 8,24

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 1,55	R$ 8,24	R$ 40	R$ 70

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 2	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	**CORTE**
FRENTE	**1 X NO TECIDO PRINCIPAL E FORRO**
COSTAS	**1 X NO TECIDO PRINCIPAL E FORRO**

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR LATERAIS TECIDO PRINCIPAL	OVERLOQUE
UNIR LATERAIS FORRO	OVERLOQUE
UNIR FUNDO FRENTE E COSTAS NO TECIDO PRINCIPAL	OVERLOQUE
UNIR FUNDO FRENTE E COSTAS NO FORRO	OVERLOQUE
EMBUTIR UMA PERNA UNINDO T.P. E FORRO COM ELÁSTICO	OVERLOQUE
DESVIRAR	MANUAL
EMBUTIR A OUTRA PERNA UNINDO T.P. E FORRO COM ELÁSTICO	OVERLOQUE
EMBUTIR CINTURA T.P. E FORRO COM ELÁSTICO	OVERLOQUE
ABRIR UM PEDAÇO DA COSTURA LATERAL P/ DESVIRAR PEÇA	MANUAL
FECHAR ABERTURA EM COSTURA INVISÍVEL	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025)

8.2.2 Cartela de aviamentos (look 2)

Figura 53 – Cartela de aviamentos

Fonte: Autoria própria (2025).

8.2.3 Prototipagem (look 2)

Figura 54 – Imagens do processo de prototipagem (look 2)

Fonte: Autoria própria (2025).

8.3 LOOK 3

O look 3 foi feito com o tecido de voil, a fim de remeter ao tecido de seda e rami usado nos *Hanboks,* de maneira semelhante, o voil apresenta caimento encorpado com leve transparência, porém financeiramente mais acessível e acabamento fosco. O efeito de transparência também é parte da base estética da coleção, que insinua sensualidade e possibilita o uso de uma peça de sobreposição que não esconde as camadas de baixo. A costura de junção dos retângulos foi inspirada na técnica de costura coreana que surgiu durante a dinastia Joseon (1392-1910), chamada *Jogakbo,* que consistia em unir restos de um tipo de tecido, podendo ser de origem doméstica ou de sobras do processo de costurar roupas, resultando em um tecido que era usado como cortina ou pano para embalar diversos objetos. Além disso, possui uma estética que lembra os vitrais por seus recortes transparentes e, na maioria dos casos, coloridos. Para apresentar uma costura que aparenta semelhança com a técnica de *Jogakbo,* foi utilizada a costura inglesa, dessa maneira uniram-se vários retângulos de tamanhos diferentes até chegar ao tamanho dos moldes. A figura abaixo exibe um tecido doméstico monocromático de 1940, feito em rami a partir da técnica mencionada, retirado do acervo do Victoria and Albert Museum.

Figura 55 – *Bojagi* datado de 1940, do acervo do Victoria and Albert Museum

Fonte: Victoria and Albert Museum, 2011.

A calça que compõe o look é inspirada na estética streetwear e Y2K[22], que se mostrou frequente na pesquisa de estéticas recentes no K-pop, principalmente entre os grupos masculinos. A modelagem é do tipo cargo, com bolsos fole e bolsos pespontados. Para destacar esses elementos, as costuras de pesponto aparentes foram feitas em linha mais grossa – nº 80 – na cor branca e, além disso, é possível retirar a parte inferior da perna da calça, tornando-a uma bermuda *oversized.* A parte de cima que completa o look é um top de amarração com detalhes em formato de estrela, feitos com o próprio tecido desfiado e pespontados à peça antes da colocação do forro. Cada look possui pelo menos uma peça com forro em tricoline vermelha e um detalhe com formato de estrela de 4 pontas, o que cria mais elementos de coesão entre as roupas produzidas.

Figura 56 – 3° look escolhido para o desenvolvimento

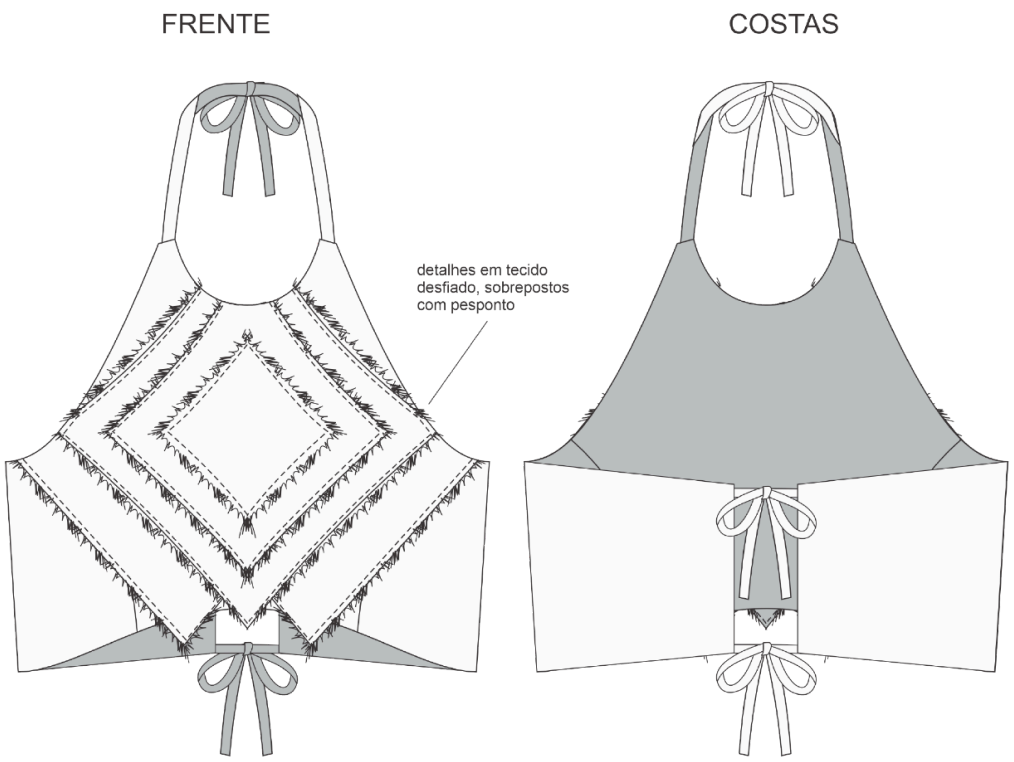
Fonte: Autoria própria (2025).

[22] Termo que se define como "Year 2000" ou Anos 2000, relaciona-se com a volta da estética da época ao gosto da juventude, engloba a visualidades da moda, cultura pop e tecnologia.

8.3.1 Fichas técnicas (look 3)

Tabela 9 – Ficha técnica top

REF.: T01	NOME: TOP DESFIADO	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: TOP DESFIADO DE AMARRAR		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	BRANCO	20M	CAÇULA	R$ 0,10

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. BRIM	100% A	AREIA	50CM	1,60M	CAÇULA	R$ 12,99
TEC. TRICOLINE	100% A	VINHO	40CM	1,50M	CAÇULA	R$ 12,99

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 0,10	R$ 25,98	R$ 81	R$ 160

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 7	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
CENTRO FRENTE	1 X T.P. E FORRO
LATERAL FRENTE	1 PAR T.P. E FORRO
COSTAS	1 PAR T.P. E FORRO
RECORTE 1	1 PAR
RECORTE 2	1 X
RECORTE 3	1 X
RECOSTE 4	1 X

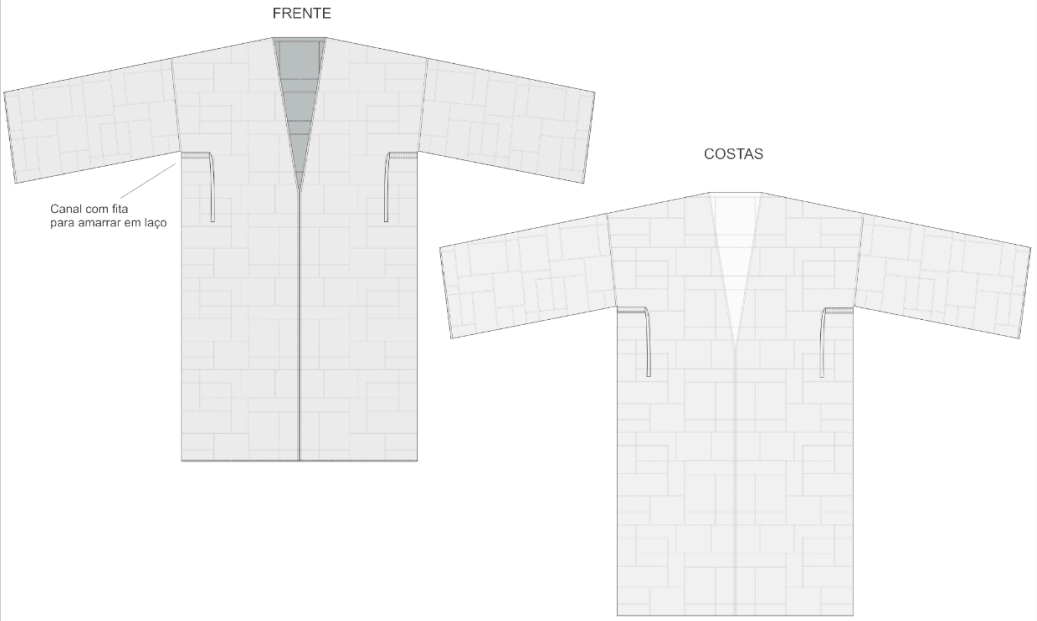
SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR LATERAL FRENTE E CENTRO FRENTE TECIDO PRINCIPAL	RETA
UNIR LATERAL FRENTE E CENTRO FRENTE FORRO	RETA
UNIR COSTAS À LATERAL FRENTE NO T.P.	RETA
UNIR COSTAS À LATERAL FRENTE NO FORRO	RETA
SOBREPOR RECORTES COM ALFINETE	MANUAL
COSTURAR EXTREMIDADES DOS RECORTES PRÓXIMOS AO	RETA
DESFIADO DE CADA UM	
COSTURAR FITAS DE VIÉS PARA ALÇAS	RETA
PRENDER ALÇAS NA PONTA DAS COSTAS DO T.P.	RETA
PRENDER ALÇAS NAS PONTAS DO PESCOÇO DO T.P.	RETA
COSTURAR FORRO AO T.P. DEIXANDO UMA ABERTURA NAS	RETA
COSTAS PARA DESVIRAR	
FAZER PIQUES NAS COSTURAS EM CURVA	MANUAL
DESVIRAR PEÇA	MANUAL
FECHAR ABERTURA DAS COSTAS EM COSTURA INVISÍVEL	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025)

Tabela 10 – Ficha técnica sobretudo

REF.: K01	NOME: SOBRETUDO	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: SOBRETUDO “JOGAKBO” EM TECIDO VOIL		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X	X							

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 120	100% P	BRANCA	380M	CAÇULA	R$ 1,75

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
TEC. VOIL	100% P	MARFIM	2 M	3 M	CAÇULA	R$ 21,98

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 1,75	R$ 21,98	R$ 243	R$ 350

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 3	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
FRENTE	1 PAR
MANGA	1 PAR
COSTAS	1 X

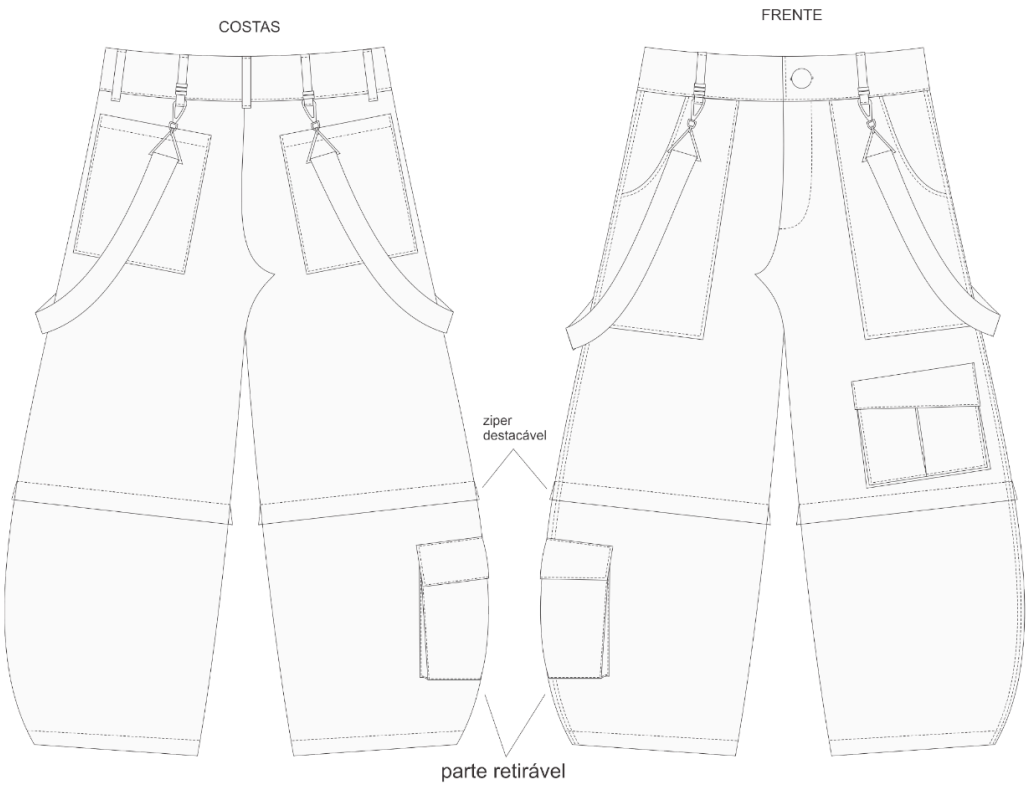
SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR RETANGULOS DE RETALHO EM COSTURA INGLESA ATÉ	
TER UM PAINEL DE TECIDO DE 70X95CM	RETA
UNIR RETANGULOS DE RETALHO EM COSTURA INGLESA ATÉ	
TER DOIS PAINÉIS DE TECIDO DE 50X62CM	RETA
CORTAR MOLDES	MANUAL
FECHAR OMBROS EM COSTURA INGLESA	RETA
FECHAR LATERAIS EM COSTURA INGLESA	RETA
FECHAR MANGAS EM COSTURA INGLESA	RETA
COSTURAR MANGA NAS CAVAS EM COSTURA INGLESA	RETA
FAZER BARRA DA MANGA COM DOBRA DE 4CM	RETA
FAZER BAINHA DE LENÇO NA BARRA E GOLA	RETA
COSTURAR UM CANAL DE TECIDO COM 1,3CM DE LARGURA	RETA
COSTURAR CANAL NAS LATERAIS ABAIXO DA CAVA DO BRAÇO	RETA
COSTURAR FITA DE TECIDO	RETA
PASSAR FITA DE TECIDO DENTRO DO CANAL	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025)

Tabela 11 – Ficha técnica calça

REF.:CA01	NOME: CALÇA	DATA: FEV 2025
COLEÇÃO: CONFIDENCE AW 24/25	DESIGNER: ESTER BARRETO	
DESCRIÇÃO: CALÇA-BERMUDA OVERSIZED		



CORES	BENEFICIAMENTOS
	NOME:
	TÉCNICA:
	EMPRESA:

GRADE DE TAMANHOS

PP		P		M		G		GG		XG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
		X	X								

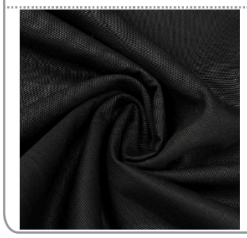
AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA 80	100% P	BRANCA	9 M	CAÇULA	R$ 0,05
LINHA 120	100% P	PRETA	115 M	CAÇULA	R$ 0,54
BOTÃO	NÍQUEL	PRATA	1 UN	CASA KOMBAT	R$ 1,50
FIVELA TRIANGULAR	NÍGUEL	PRATA	4 UN	CASA KOMBAT	R$ 6,00
ZÍPER DESTACÁVEL	PLÁSTICO	PRETO	2 UN	CASA KOMBAT	R$ 8,00
ZÍPER	METAL	DOURADO	1 UN	CASA KOMBAT	R$ 3,50
FIVELA RETANGULAR	NÍGUEL	PRATA	10 UN	CASA KOMBAT	R$ 3,00
GANCHO	NÍGUEL	PRATA	4 UN	CASA KOMBAT	R$ 2,40

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMP.	COR	QUANTIDADE	LARGURA	FORNECEDOR	PREÇO
BRIM	100% A	PRETO	2,0 M	1,60 M	CAÇULA	R$ 45,98
BRIM	100% A	AREIA	30CM	1,60 M	CAÇULA	R$ 7,80

AMOSTRA DE TECIDOS

Tecido 1	Tecido 2	Tecido 3	Tecido 4
			

CUSTOS

AVIAMENTOS	TECIDOS	COSTURA/ BENEF.	PREÇO TOTAL
R$ 24,99	R$ 53,78	R$ 200	R$ 380

MODELAGEM

MODELISTA: ESTER BARRETO	
NÚMERO DE MOLDES: 9	
PARTES COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
FRENTE	1 PAR
COSTAS	1 PAR
RECORTE FRENTE	1 PAR
RECORTE COSTAS	1 PAR
BOLSO FRONTAL	1 PAR
BOLSO TRASEIRO	1 PAR
BOLSO CARGO	1 PAR
TAMPA E BOLSO	2 PARES
VOLUME DO BOLSO	1 PAR

SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
OVERLOQUE NO GANCHO FRENTE E BARGUILHAS	RETA
OVERLOQUE NA LIMPEZA DE BOLSO FRONTAL	
OVERLOQUE NO BOLSO FRONTAL	RETA
COSTURAR LIMPEZA NA ABERTURA DO BOLSO FRONTAL	RETA
PESPONTAR LIMPEZA	RETA
PASSAR MARGEM DE COSTURA DOS BOLSOS FRONTAIS	RETA
PESPONTAR BOLSO FRONTAL NAS FRENTES DA CALÇA	
UNIR BARGUILHA ESQUERDA	FERRO
COSTURAR UNINDO O RESTANTE DO GANCHO ABAIXO	
DA BARGUILHA	RETA
COSTURAR ZIPER NA BARGUILHA DIREITA	MANUAL
COSTURAR BARGUILHA DIREITA NA FRENTE DIREITA	MANUAL E FERRO
PESPONTAR ZIPER	
PESPONTAR UNINDO FINAL DAS DUAS BARGUILHAS	RETA
ABAIXO DO TRILHO DO ZIPER	
UNIR BARGUILHA ESQUERDA AO ZIPER	MANUAL E RETA
FAZER PESPONTO EM J	RETA
OVERLOQUE NOS BOLSOS TRASEIROS	RETA
FAZER BAINHA NOS BOLSOS TRASEIROS	RETA
PESPONTAR BOLSOS TRASEIROS NAS COSTAS	RETA
FECHAR GANCHO TRASEIRO	RETA

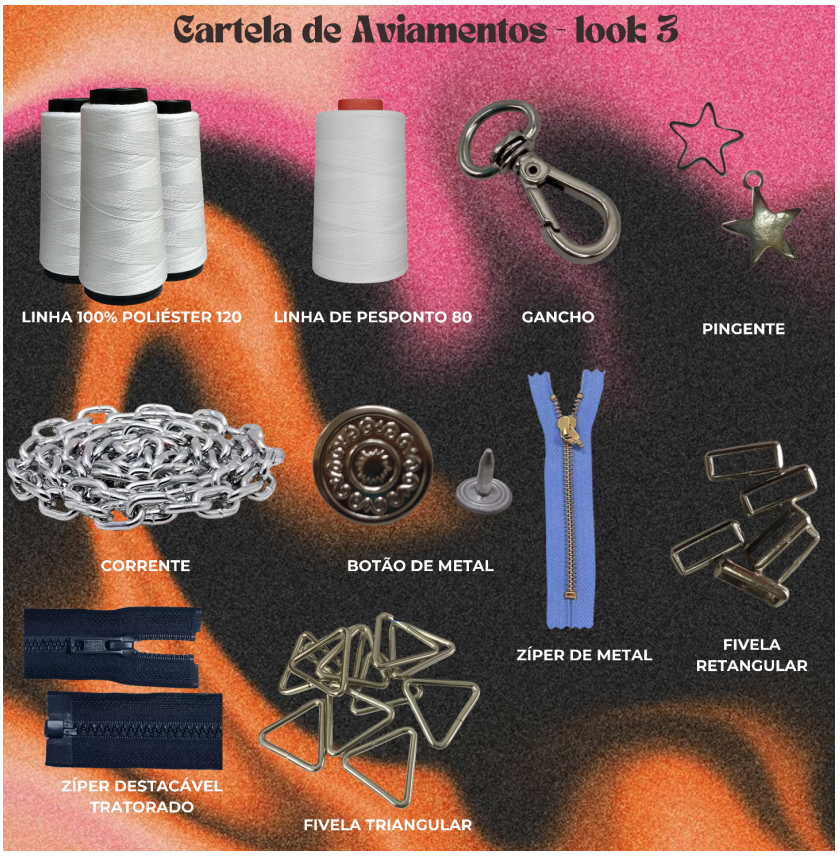
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
UNIR LATERAIS E PASSAR OVERLOQUE	RETA E OVERLOQUE
VIRAR COSTURA E FAZER PESPONTO	MANUAL E RETA
FECHAR LATERAIS DO RECORTE INFERIOR DA CALÇA	RETA
PASSAR OVERLOQUE	OVERLOQUE
VIRAR COSTURA E PASSAR PESPONTO NAS LATERAIS DE FORA	RETA
PASSAR OVERLOQUE E FAZER BAINHA	OVERLOQUE E RETA
PASSAR OVERLOQUE NA PARTE SUPERIOR DO RECORTE DA PERNA, ONDE FICARÁ O ZIPER	OVERLOQUE
COSTURAR ZIPER NA PARTE INFERIOR DA PERNA	RETA
PESPONTAR ZIPER	RETA
PASSAR BOLSO CARGO	FERRO
FAZER BAINHA DEIXANDO PREGA FEMEA PARA FORA	RETA
COSTURAR FAIXA DE VOLUME EM VOLTA DO BOLSO CARGO	RETA
PESPONTAR UNIÃO	RETA
COSTURAR 1 BOLSO NA PARTE INFERIOR DA PERNA DIREITA COM PESPONTO	RETA
COSTURAR 1 BOLSO NA PARTE SUPERIOR DA PERNA ESQUERDA COM PESPONTO	RETA
COSTURAR TAMPA DOS BOLSOS PELO AVESSO	RETA
DESVIRAR TAMPAS E PESPONTAR	MANUAL E RETA
PASSAR OVERLOQUE NA ABERTURA	OVERLOQUE
COSTURAR TAMPAS NOS BOLSOS	RETA
PASSAR OVERLOQUE NA BARRA DA BERMDA	OVERLOQUE
COSTURAR OUTRO LADO DO ZIPER NA BARRA DA BERMUDA	RETA
FAZER DOBRA ACIMA DO ZIPER E COSTURAR NA RETA SEM COSTURAR O ZIPER JUNTO	MANUAL E RETA
FAZER BAINHA NA BARRA DA CALÇA	RETA
COSTURAR PASSADORES	RETA
PREGAR PASSADORES NA CALÇA	RETA
COSTURAR COS	RETA
FAZER CASA DE BOTÃO	CASEADEIRA
PREGAR BOTÃO DE METAL	MANUAL

SEQUÊNCIA OPERACIONAL	
DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINA(S)
FECHAR FITAS DECORATIVAS COM PESPONTO	RETA
COLOCAR FIVELAS NAS PONTAS DA FITA	MANUAL E RETA
COLOCAR ARGOLA E GANCHO NAS FIVELAS	MANUAL
PENDURAR NOS PASSADORES	MANUAL

Fonte: Autoria própria (2025)

8.3.2 Cartela de aviamentos (look 3)

Figura 57 – Cartela de aviamentos



Fonte: Autoria própria (2025).

8.3.3 Prototipagem (look 3)

Figura 58 – Prancha de prototipagem

Fonte: Autoria própria (2025).

9 EDITORIAL

O editorial foi pensado para remeter às estéticas selecionadas nas pesquisas de tendências, apresentadas nas diversas pranchas iconográficas produzidas pela autora, porém de forma a destacar as roupas, a interação entre as modelos, os acessórios e a maquiagem. Nesse ensaio, as modelos serão representadas como se fossem *Idols* de K-pop, um grupo feminino cativante, empoderado, com mulheres *baddies,* autoconfiantes e artísticas. A partir disso foi escolhido o nome do editorial - *Stargaze* - uma expressão idiomática que expressa o ato de olhar as estrelas, sejam elas literais ou celebridades, dessa forma, o público estaria observando as estrelas retratadas nas imagens.

9.1 *STARGAZE*

Abaixo serão apresentados paineis semânticos que servirão de apoio para a produção do editorial, como os paineis de pose e locação, visto que a de beleza foi previamente exibida, por fim mostraremos o resultado final das fotos.

9.1.1 Locação

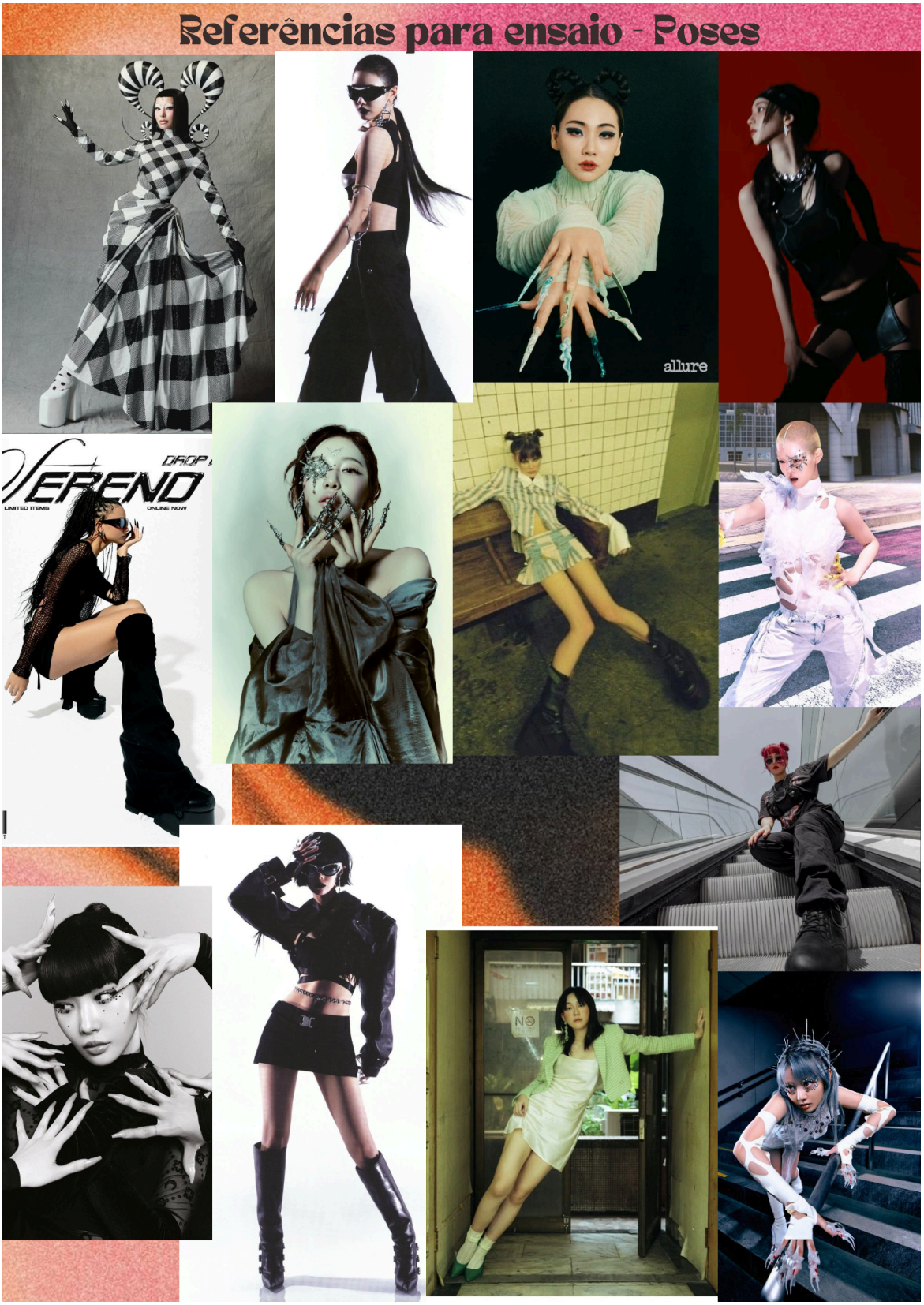
A locação escolhida para o ensaio foi o Café Muzik, localizado na Rua Espírito Santo, no centro de Juiz de Fora. O bar e boate, que funciona há 25 anos, possui um ambiente que mistura a estética vintage à moderna, com paredes de tijolinho, paineis ripados com luzes de LED, paredes pintadas, palco preto e um terraço em cimento queimado. O local recebe públicos e ritmos musicais diversos como Pop, funk, samba, rock, eletrônica, forró e K-pop.

Figura 59 – Prancha iconográfica de locação para editorial

Fonte: Autoria própria (2025).

9.1.2 Pose

Figura 60 – Prancha iconográfica de poses para editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 61 – Prancha iconográfica de poses em grupo para editorial

Fonte: Autoria própria (2025).

9.2 FOTOS

O editorial foi planejado para representar um grupo feminino de K-pop com três membros, seguindo as estéticas apresentadas durante o curso deste trabalho para se assemelhar às produções K-pop que estão sendo lançadas no ano de 2024 e 2025. Além disso, as fotos foram diagramadas como uma revista de moda e ao mesmo tempo para lembrar a revista de fotos que vêm dentro dos álbuns de K-pop, chamado Photobook. As fotos serão apresentadas no editorial apresentado em anexo do documento.

9.3 FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL

Editorial: STARGAZE
Coleção: Confidence
Criadora: Ester Barrêto
Orientador: Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias
Ano: 2025
Fotografia: Lucas Ramos de Oliveira
Tratamento de imagens: Lucas Ramos de Oliveira
Modelos: Bianca Vianna, Estrela Nascimento, Gabriela Monteiro
Figurino: Ester Barreto
Acessórios e adereços: Acervo pessoal Eduarda Marcon, Barbara Correa, Gabriela Monteiro e Ester Barreto
Cabelos: Estrela Nascimento
Maquiagem: Ester Barreto
Assistente de Produção: Lohanny Almeida
Locação: Café Muzik
Apoio: Curso de Cinema e Audiovisual
Agradecimentos: Agradeço às modelos Bianca Vianna, Estrela Nascimento, Gabriela Monteiro e minha amiga Lohanny, por me auxiliarem em toda a produção, ao Café Muzik pela disponibilidade e compreensão, ao curso de Cinema e Audiovisual pelo equipamento, ao meu amigo e fotógrafo Lucas por aceitar fotografar meu trabalho.

9.3.1 Custos do editorial

Tabela 12 – Planilha de custos do editorial

Editorial: STARGAZE

Coleção: Confidence

Descrição do material/ pessoal	**Quantidade/ unidade**	**Fornecedor/ Local**	**Valor unitário (R$)**	**Valor total (R$)**
Cabelo - mão de obra	3	Estrela Nascimento	R$17,00	R$51,00
Salgado	200	Lanchonete Julicris	R$0,35	R$70,00
Transporte	6	Uber e Moto-entrega	R$14,59	87,56
Unhas	30	Eduarda Marcon	R$3,00	R$90,00
Fotógrafo	1	Lucas Ramos	R$00,00	R$00,00
Equipamentos de iluminação	2	Lucas Ramos	R$00,00	R$00,00
Equipamentos de fotografia		Curso de Cinema e Audiovisual	R$00,00	R$00,00
Modelos	3	Bianca Vianna Estrela Nascimento Gabriela Monteiro	R$00,00	R$00,00
Locação	1	Café Muzik	R$00,00	R$00,00
Assistente	1	Lohanny Almeida	R$00,00	R$00,00
Maquiagem - mão de obra	3	Ester Barrêto	R$00,00	R$00,00
Produtos de maquiagem	8	Acervo pessoal Ester Barrêto	3,13	R$25,00
Acessórios	50	Acervo pessoal Eduarda Marcon, Barbara Correa e Ester Barreto	R$00,00	R$00,00
			Total	323,56

Fonte: A autora (2025).

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs pesquisar sobre como a Coreia do Sul têm se tornado uma potência cultural, exercendo influência nos hábitos de vida das pessoas que conhecem sua cultura, as intervenções variam desde os hábitos simples, como consumir culinária coreana, até mudanças drásticas como experimentar cirurgias e procedimentos estéticos, sendo o foco da dissertação apresentar as interferências da cultura sul coreana na moda global. Para isso, abordamos brevemente a história de como surgiu a *Hallyu* relacionando-a ao conceito de *Soft Power,* a fim de fundamentar sua importância para o crescimento econômico e político da Coreia do Sul, visto que o país melhorou suas relações internacionais com a venda de produções audiovisuais nos anos 2000. Além disso, a pesquisa demonstra que o país ainda adota a *Hallyu* como ferramenta de *Soft Power*, exportando não só produtos culturais como os filmes, dramas, músicas, mas produtos simbólicos como os *Idols*, sendo possível observar o sucesso dessa estratégia governamental a partir dos prêmios inéditos que as produções coreanas receberam em premiações respeitadas. Também foram expostas nesta pesquisa algumas formas não diretamente financeiras nas quais a *Hallyu* demonstra seu impacto, como na união dos fãs em prol de pautas ambientais, sociais e políticas, além da colaboração para amplo acesso à informação e conteúdo midiático dos grupos de K-pop e K-drama, dentro da própria comunidade de fãs, a exemplo dos Fansites, Fansubs e Fanbases. No contexto de criar a imagem de pessoas influentes, a Coreia se vale da presença dos *Idols* e atores em eventos internacionais, e na moda é perceptível a participação dessas figuras como embaixadoras das marcas de luxo, como plateia nas primeiras filas das principais semanas de moda e por vezes até como modelos nos desfiles. Em todos esses casos, a internet se mostra grande aliada por viabilizar a rapidez na comunicação global.

Em seguida, apresentamos a marca de streetwear slow fashion Turquesa, criada pela autora, com seu posicionamento estético e de mercado, além de expor a pesquisa de tendências feita com intuito de criar uma coleção que esteja alinhada com as demandas comerciais do seu público-alvo. A coleção é produto do processo de pesquisa, em conjunto com o conhecimento adquirido pela vivência da autora como fã da cultura coreana, pretendendo respeitar a cultura que a inspirou. Por isso, as referências imagéticas diretas também foram expostas no decorrer do texto. Por fim, foram feitos croquis que serviram de base para a modelagem, prototipagem e ensaio fotográfico que são resultados práticos das teorias aqui descritas.

Para a produção das peças, os acabamentos foram escolhidos e realizados com objetivo de preservar o conforto do usuário, prezando pela beleza e versatilidade de cada componente da coleção, de forma que o cliente possa misturar partes de looks diferentes e criar combinações imponentes, além disso, consideramos a mudança de clima e o bem-estar térmico de pessoas que se movimentam, com roupas que se modificam. As costuras são reforçadas e visualmente delicadas, sendo a maioria interna nos forros.

Durante a realização desta pesquisa, enfrentamos dificuldades para encontrar material teórico validado, visto que dissertações de mestrado e doutorado sobre esse tema ainda são escassas, os livros sobre *Hallyu* são escritos em inglês ou coreano além de serem de difícil acesso e possuírem valores elevados. Muito da cultura do K-pop é transmitido pelos canais de mídia do próprio governo, ou é documentado por fãs dentro da comunidade, apesar do impacto na vida de jovens ao redor do mundo, as pesquisas ainda são muito recentes.

REFERÊNCIAS

ABAD, M. **Miss Sohee Is the Demi-Couture Label Creating a Breathtaking Floral Fantasy.** 2020. PAPER MAGAZINE. Disponível em: https://www.papermag.com/sohee-park-designer-interview#rebelltitem1 Acesso em: 25 dez. 2024.

ALMEIDA, N. B. de. **O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul.** 2019. UFPB. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16949. Acesso em: 28 set. 2024

ARANHA, F. **BTS na ONU: 3 vezes que o grupo foi à Assembleia Geral.** Tracklist. 2021. Disponível em: https://tracklist.com.br/bts-onu/117827 Acesso em: 22 fev. 2025.

ARARIPE, P. B. **6 BOAS AÇÕES feitas por FANDOMS DO KPOP.** KoreaIn. 2018. Disponível em: https://revistakoreain.com.br/2018/06/6-boas-acoes-feitas-por-fandoms-do-kpop/ Acesso em: 22 fev. 2025.

Army Help The Planet. **Começamos com a #tiraotituloarmy antes de qualquer outro movimento.[...]** 30 out. 2022. X: @ARMY_HTP disponível em https://x.com/ARMY_HTP/status/1586879308924162048/photo/1 Acesso em: 22 fev. 2025.

Army Help The Planet. **Com a proximidade das eleições é muito importante entender sua participação[...]** 23 ago. 2022. X: @ARMY_HTP disponível em https://x.com/ARMY_HTP/status/156223202774260121 Acesso em: 22 fev. 2025.

BALLERINI, F. **Poder suave (soft power): arte africana; arte milenar; arte renascentista; balé russo; Bollywood; Bossa-Nova; British invasion; carnaval; cultura mag japonesa; Hollywood; moda francesa; tango; telenovelas.** São Paulo: Summus, 2017. epub. P. 15.

Calvin Klein .**Jennie for Calvin Klein.** 2023. Disponível em:https://www.calvinklein.com.tw/en/jennie-collection.html?srsltid=AfmBOorXHsR6quKz4p00GcDwVuMcI47Vp1e9abi2uQ6dGB0xM8377RNC. Acesso em: 20 fev. 2025

CENTRO CULTURAL COREANO NO BRASIL. **SOBRE NÓS.** Centro Cultural Coreano no Brasil. [2021] Disponível em: https://brazil.korean-culture.org/pt/144/korea/46 Acesso em: 27 nov. 2024.

COLETTI, C. **Stray Kids no Brasil: Confira preços e como comprar os ingressos.** Omelete. 2024. Disponível em: https://www.omelete.com.br/k-pop/stray-kids-shows-brasil-2025. Acesso em: 4 fev. 2025.

CLARKE, G. GEM SELECT. **Informações sobre pedras preciosas turquesa.** [2023] Disponível em: https://www.gemselect-pt.com/portuguese/gem-info/turquoise/turquoise-info.php. Acesso em: 4 fev. 2025.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual.** Martins Fontes. São Paulo. 2003. P. 139-160 Disponível em: https://daisyaguilera.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/02/livro_sintaxe_da_linguagem_visual-dondis_donis_a.pdf Acesso em: 22 fev. 2025.

EMBAIXADA DA REPÚBLICA DA COREIA NA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. **Feriados Da Coreia.** 2015. Disponível em: https://overseas.mofa.go.kr/br-pt/brd/m_22116/view.do?seq=724203&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm= Acesso em: 22 fev. 2025.

ESTEVÃO, I. M.; CANTANHÊDE, P. A. **Artistas do K-pop nas semanas de moda aumentam engajamento das marcas.** METRÓPOLES. 2024. Disponível em: https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/artistas-do-k-pop-nas-semanas-de-moda-aumentam-engajamento-das-marcas Acesso em: 25 fev. 2025.

GOODWOOD. **Sohee Park wins 2023 Goodwood Talent in Fashion Award.** 2023. Disponível em: https://www.goodwood.com/horseracing/news/sohee-park-wins-2023-goodwood-talent-in-fashion-award/. Acesso em: 25 dez. 2024.

Google Arts & Culture. **Woman's Ceremonial Long Jacket.** Disponível em: https://artsandculture.google.com/asset/woman-s-ceremonial-long-jacket-0012/IAHK1c8daq-wnA. Acesso em: 20 fev. 2025

IADEVITO, P.; BAVOLEO, B.; LEE, M. **"Telenovelas coreanas en América Latina: ¿una nueva forma de comunicación intercultural?".** VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. 2010. Disponível em: https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/105831 Acesso em: 29 set. 2024.

IVE OFFICIAL. **IVE X STUDIO CHOOM[...].** 30 de abr, 2024. X: @IVEstarship. Disponível em: https://x.com/IVEstarship/status/1785311532106260984. Acesso em 02 mar. 2025.

JUNG, H. M.; KIM, I. S. **O melhor da Coreia.** 2022. Netflix. Disponível em: https://www.netflix.com/title/81610166. Acesso em: 20 fev. 2025.

KOREA HERITAGE SERVICE. **Hunminjeongeum (The Proper Sounds for the Instruction of the People).** [2006] National Treasure. Disponível em: https://english.cha.go.kr/chaen/search/selectGeneralSearchDetail.do?mn=EN_02_02&sCcebKdcd=11&ccebAsno=00700000&sCcebCtcd=11&pageIndex=8&region=&canAsset=&ccebPcd1=&searchWrd=&startNum=&endNum=&stCcebAsdt=&enCcebAsdt=&canceled=&ccebKdcd=&ccebCtcd= Acesso em: 23 fev. 2025

KOREA HERITAGE SERVICE. **Gyeongbokgung Palace and Its History.** Royal Palaces And Tombs Center. [2023] Disponível em: https://royal.cha.go.kr/ENG/contents/E101010000.do#; Acesso em: 23 fev. 2025

KIM, H.S. **Shades of History.** KOREA Webzine. Korean Culture and Information Service (KOCIS). 2020. Disponível em: https://www.kocis.go.kr/eng/webzine/202003/sub01.html Acesso em: 23 fev. 2025

L'OFFICIEL HOMMES BRASIL. **BTS vive uma pausa que movimenta bilhões para Coreia do Sul.** 2024. Disponível em: https://www.revistalofficiel.com.br/hommes/bts-vive-uma-pausa-que-movimenta-bilhoes-para-coreia-do-sul Acesso em: 23 fev. 2025

MACIEL, C.; MUTZ, N. **BTS: IDOL – A união de elementos da arte na preservação da identidade cultural na modernidade.** B-Armys Acadêmicas. 2023 Disponível em: https://barmysacademicas.com.br/arte/6854/ Acesso em: 23 jan. 2025

MINJUKIM. Disponível em: https://www.minjukim.co/en/about Acesso em: 25 dez. 2024.

MISS SOHEE. **CELEBRITIES**. [2023] Disponível em: https://missohee.com/new-page-60. Acesso em: 25 dez. 2024.

MISS SOHEE. **ABOUT**. [2023] Disponível em: https://missohee.com/about. Acesso em: 25 dez. 2024.

MISS SOHEE. **Voluminous Korean Hanbok skirts, with layers of silk organza subtly revealed [...]** 21 fev. 2025. Instagram: @miss_sohee. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGVVSoqNIWX/?img_index=1 Acesso em: 23 fev. 2025.

MOBIDIC. 모비딕**. [EN]**넷플릭스 패션 서바이벌 **1**등 민주킴🏆 천원짜리 색종이로 옷을 만든다고**?**《티파니와 아침을》EP.3 by 모비딕 mobidic. 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=PFlO7PVXN6Q. Acesso em: 25 dez. 2024.

MONTEIRO, C. **Fan meetings e shows de astros sul-coreanos já lotam o calendário de 2025**. UOL. 2024. Disponível em: https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/11/25/fanmeetings-e-shows-de-artistas-asiaticos-ja-lotam-o-calendario-de-2025.htm. Acesso em: 4 fev. 2025.

MORAE, N. **Fãs de BTS andam lado a lado com as causas políticas e sociais.** TAG revista. 2022. Disponível em:

https://www.tagrevista.com/post/f%C3%A3s-de-bts-andam-lado-a-lado-com-as-causas-pol%C3%ADticas-e-sociais. Acesso em: 22 jan. 2025.

MBC. **Jewel in the Palace. 2015.** Disponível em: https://content.mbc.co.kr/program/drama/2604956_64285.html# Acesso em: 27 nov. 2024.

PARK, B.R. S. **Korea allots biggest-ever culture budget for 2020.** 2019. Yonhap News. Disponível em: https://m-en.yna.co.kr/view/AEN20191211006300315 Acesso em: 3 out. 2024.

PARK, J. W. **Netflix's fashion competition winner talks her brand, ultimate goal.** The Korea Times. 2020. Disponível em: https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/02/199_283549.html. Acesso em: 25 dez. 2024.

PALHA, A. P. **Fãs brasileiros de K-Pop: Um estudo sobre aculturação de consumo.** UFPE. 2021. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40186 Acesso em: 27 nov. 2024.

QUEIROGA, L. **Na onda do K-pop: como a Hallyu fez do Brasil o terceiro maior consumidor de K-dramas na pandemia.** 2021. O Globo. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25098742. Acesso em: 3 out. 2024.

QUEIROGA, L. **Veja o discurso do BTS na 75ª Assembleia Geral da ONU: 'Voltemos a sonhar'** EXTRA. 2020. Disponível em: https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/veja-discurso-do-bts-na-75-assembleia-geral-da-onu-voltemos-sonhar-24655805.html. Acesso em: 22 jan. 2025.

QUEIROZ, J. **Fãs do BTS realizam campanha de conscientização política: 'Army Help The Planet'.** Estadão. 2022. Disponível em: https://www.estadao.com.br/emais/comportamento/fas-do-bts-realizam-campanha-de-conscientizacao-politica-army-help-the-planet/?srsltid=AfmBOoqCTUauoHi0IwAcVIkOB9i0G3V8gTrTGnSVQUcCvGTZOTwwQLik. Acesso em: 22 jan. 2025.

REVISTA QUEM. **BTS faz discurso com mensagem de esperança na ONU: "Geração que abraçou mudanças"** 2021. Disponível em: https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/09/bts-faz-discurso-com-mensagem-de-esperanca-na-onu-geracao-que-abracou-mudancas.html Acesso em: 22 jan. 2025.

REUTERS. 'Round 6' bate recorde e se torna série mais vista da história da Netflix, diz empresa. O GLOBO. 2021. https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/10/12/round-6-bate-recorde-se-torna-serie-mais-vista-da-historia-da-netflix-diz-empresa.ghtml Acesso em: 06 mar. 2025

SHINEEBRAZILBR. **Arrecadação para a SHINY Foundation — Projeto de Aniversário Jonghyun 2019!** 2019. Disponível em: https://shineebrazilbr.wordpress.com/2019/03/09/shiny2019/. Acesso em: 22 jan. 2025.

Stylish·BTS. **230210 #BTS Suga at Incheon International Airport #SUGA[...].** 9 de fev. 2023. X: @bts_stylish. Disponível em:

https://x.com/bts_stylish/status/1623870729438765057?t=gYxjuyuFmuDdwSUwnaUk6A&s=08. Acesso em: 20 fev. 2025

TORRE, L. **Tudo o que você precisa saber sobre o desfile da Gucci em Seul.** ELLE. 2023. Disponível em: https://elle.com.br/moda/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-desfile-da-gucci-em-seul?srsltid=AfmBOorPTdG6bPOqiSahL6NDyymrmOfB5MJ1l6wwhsF1F26Nz3XnNKsv. Acesso em: 20 jan. 2025.

UNICEF. **BTS e Big Hit renovam o compromisso com a campanha "LOVE MYSELF" para apoiar o UNICEF no fim da violência e negligência, bem como na promoção da autoestima e do bem-estar.** 2021. Disponível em: https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/bts-e-big-hit-renovam-o-compromisso-com-campanha-love-myself-para-apoiar-o-unicef. Acesso em: 20 fev. 2025.

VISITKOREA. **[Next in K-Story] "Next in Fashion" the story of winner Minju Kim.** 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=neNW6SMaMis. Acesso em: 25 dez. 2024.

Victoria and Albert Museum. **Danjak norigae (**단작 노리개**)**. 2000. Disponível em: https://collections.vam.ac.uk/item/O34813/danjak-norigae-%EB%8B%A8%EC%9E%91-%EB%85%B8%EB%A6%AC%EA%B0%9C-ornamental-pendant-norigae%EB%85%B8%EB%A6%AC%EA%B0%9C-kim-eun-young/. Acesso em: 23 fev. 2025.

Victoria and Albert Museum **Wrapping Cloth (Bojagi**). 2011. Disponível em: https://collections.vam.ac.uk/item/O1241357/wrapping-cloth-/Acesso em: 07 mar. 2025.

Victoria and Albert Museum.**Women's jacket.** 2022. Disponível em: https://collections.vam.ac.uk/item/O1724991/womens-jacket-jacket-lee-young-hee/. Acesso em: 22 fev. 2025

WALLY, M. **JENO of NCT Makes K-Pop History at Peter Do's NYFW Show**. W Magazine. 2022. Disponível em: https://www.wmagazine.com/culture/jeno-nct-peter-do-nyfw-runway-show. Acesso em: 23 fev. 2025.

Wikipedia. **H.O.T.** 2024. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/H.O.T. Acesso em: 06 mar. 2025.

Wikipedia. **BoA.** 2025. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/BoA Acesso em: 06 abr. de 2025.

Wikipedia. **BoA.** 2024. https://pt.wikipedia.org/wiki/ID;_Peace_B Acesso em: 06 abr. de 2025.

WONG, P.; WONG, L.; XIN, T. S.; LOH, Y. **The A-Z of Korean Brand Ambassadors.** HARPER'S BAZAAR. 2025. Disponível em: https://www.harpersbazaar.com.sg/celebrity/from-jimin-to-ji-chang-wook-see-which-korean-stars-are-designer-brand-ambassadors. Acesso em: 23 fev. 2025.

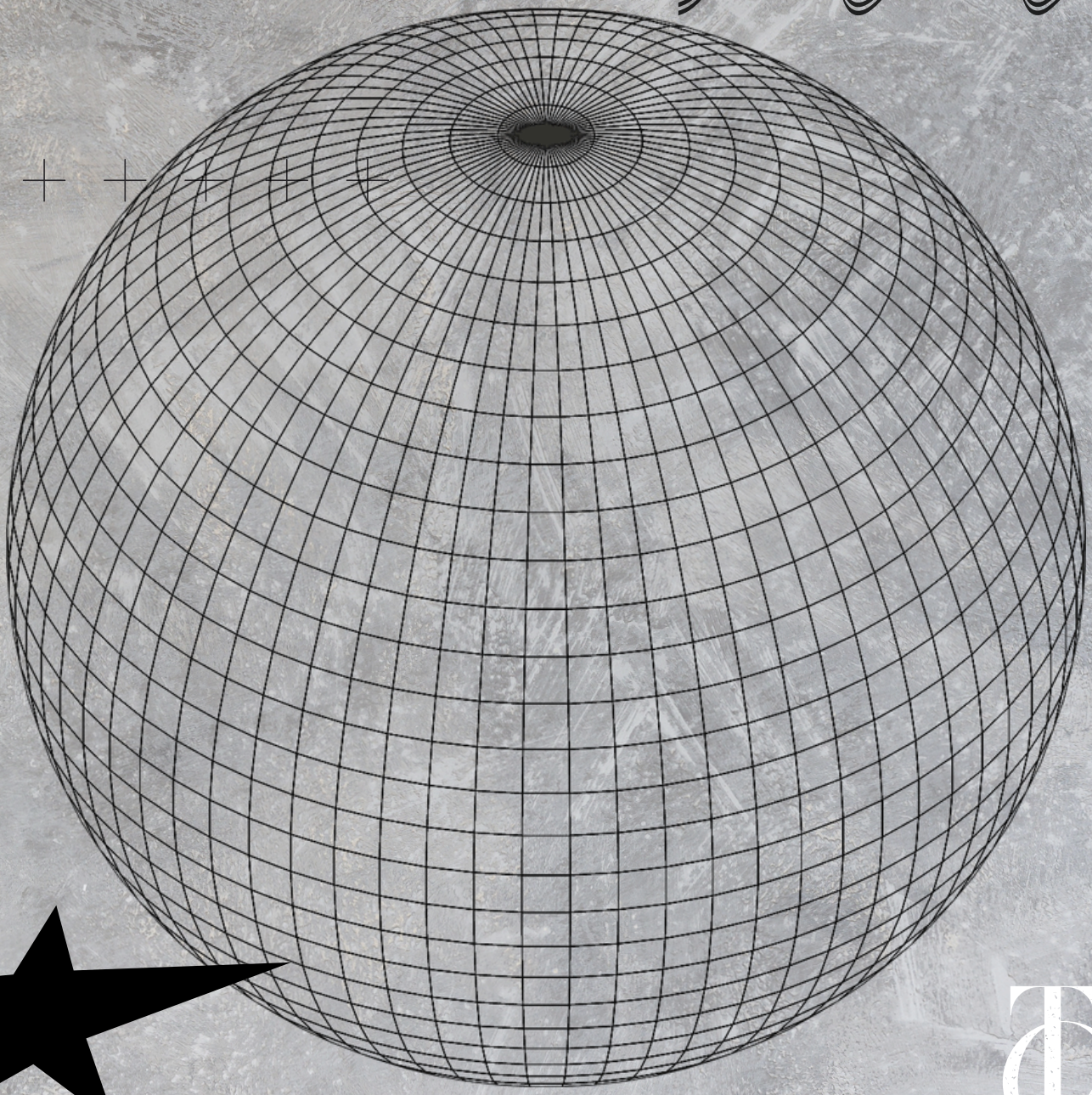
Woman's Ceremonial Long Jacket. Costume. Sookmyung Women's University Museum. Korea, 19th century. Google Arts & Culture. Disponível em: https://artsandculture.google.com/asset/woman-s-ceremonial-long-jacket-0012/IAHK1c8daq-wnA Acesso em: 23 fev. 2025.

BEm.tg7. X. @MinTG_7 **Yoongi with IDOL performance on The Tonight Show starring Jimmy Fallon [29.09.20].** 29 set. 2020. Disponível em: https://x.com/MinTG_7/status/1310997511285465088. Acesso em: 23 fev. 2025.

TURQUESA

OUTONO/INVERNO 25

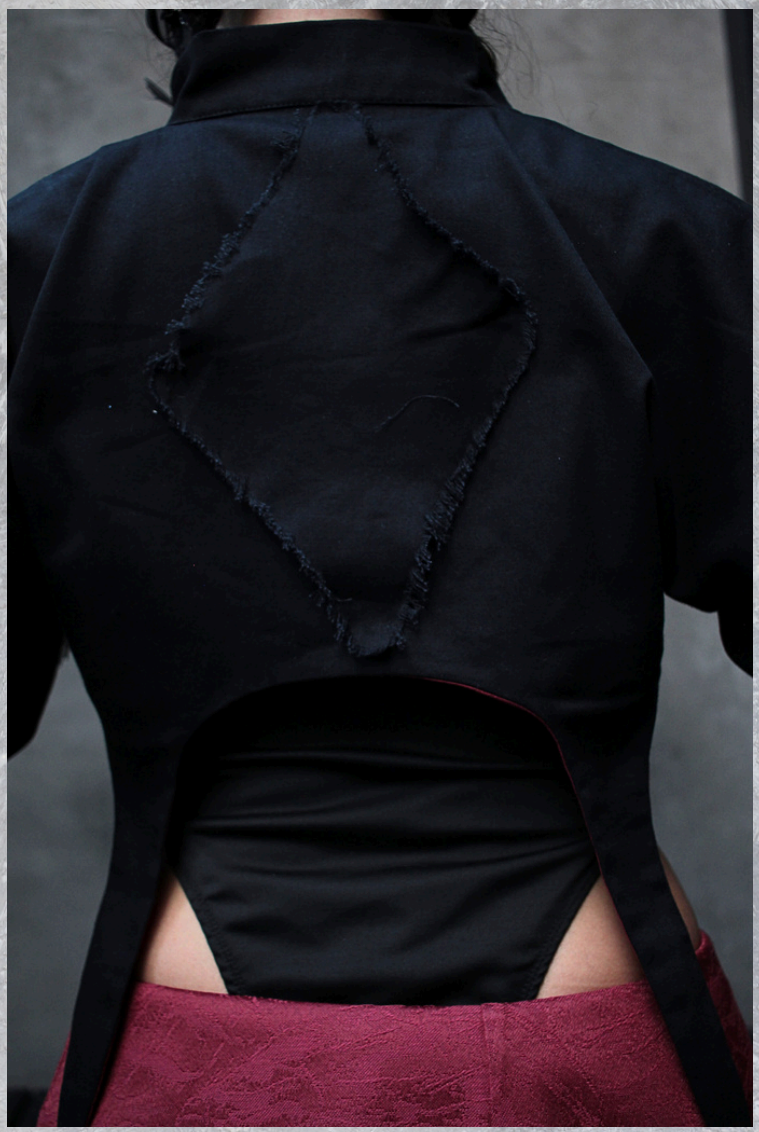
STARGAZE

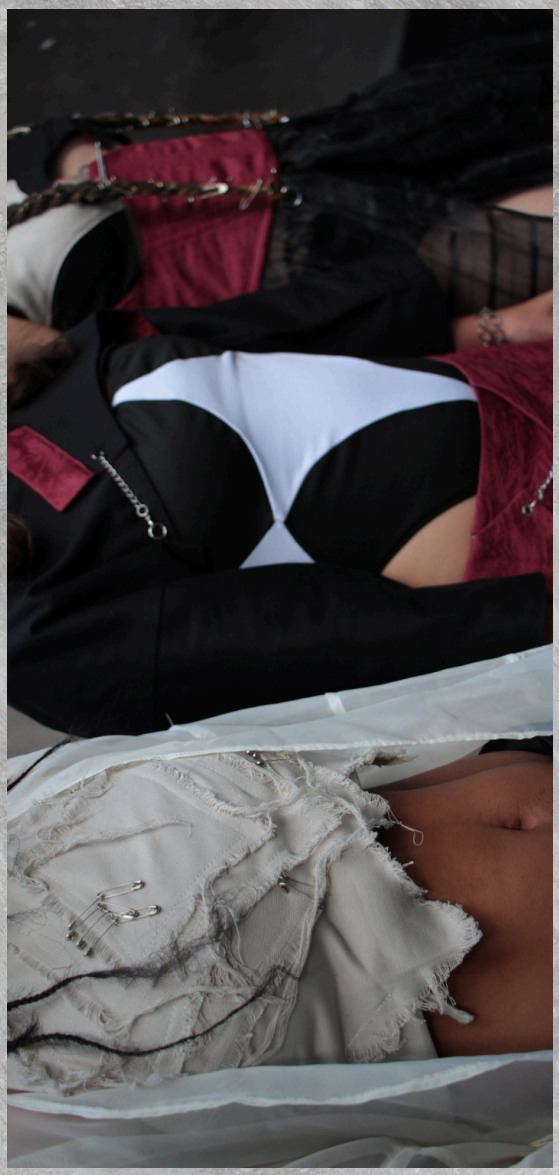


0012 7482901 2744103 0592346 8774510 7255

OUTONO/INVERNO 25

A coleção de outono/inverno 25 da marca turquesa, teve seus visuais inspirados no fenômeno Hallyu e na própria cultura sul coreana. Elementos como as golas, assimetrias e transparências remetem diretamente às referências conceituais, a mistura deles com os recortes, fendas e silhuetas acinturadas, garante sensualidade às peças de streetwear.





FICHA TÉCNICA

ENSAIO: STARGAZE
COLEÇÃO: CONFIDENCE
CRIADORA: Ester Barrêto
ORIENTADOR: Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias
ANO: 2025
FOTOGRAFIA: Lucas Ramos de Oliveira
TRATAMENTO DE IMAGENS: Lucas Ramos de Oliveira
MODELOS: Bianca Vianna, Estrela Nascimento, Gabriela Monteiro
FIGURINO: Ester Barreto
ACESSÓRIOS: Acervo pessoal Eduarda Marcon, Barbara Correa, Gabriela Monteiro e Ester Barreto
CABELOS: Estrela Nascimento
MAQUIAGEM: Ester Barreto
ASSISTENTE DE PRODUÇÃO: Lohanny Almeida
LOCAÇÃO: Café Muzik
APOIO: Curso de Cinema e Audiovisual
AGRADECIMENTOS: Agradeço aos modelos Bianca Vianna, Estrela Nascimento, Gabriela Monteiro, por me auxiliarem em toda a produção, ao Café Muzik pela disponibilidade e compreensão, ao curso de Cinema e Audiovisual pelo equipamento, ao meu amigo e fotógrafo Lucas por aceitar fotografar meu trabalho.

TURQUESA
OUTONO/INVERNO 25

STARGAZE

BEHANCE.NET/A_TURQUESA

INSTAGRAM.COM/UNICORNMIDORI
INSTAGRAM.COM/ALOJA_TURQUESA