

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ANA FLÁVIA MATTOS GONÇALVES OSÓRIO DUQUE

HALLYU E MODA: A GLOBALIZAÇÃO DO ESTILO COREANO

VOLTA REDONDA

2025

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

HALLYU E MODA: A GLOBALIZAÇÃO DO ESTILO COREANO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Design.

Aluna:

Ana Flávia Mattos Gonçalves Osório Duque

Orientador:

Professor Mestre Silvio Machado

VOLTA REDONDA

2025

FOLHA DE APROVAÇÃO



Construindo o futuro **com você.**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado, HALLYU E MODA: A GLOBALIZAÇÃO DO ESTILO COREANO. Elaborado por ANA FLÁVIA MATTOS GONÇALVES OSÓRIO DUQUE, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 03 de junho de 2025

Banca Avaliadora

Silvio Wander Machado
Professor Orientador
Mestre UniFOA

Aline Rodrigues Botelho
Professora Avaliadora
Doutora UniFOA

Jackson Lima Menezes
Professor Avaliador
Mestre UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário
Olezio Galotti

Av. Daurio Peixoto Aragão, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ
T: (24) 3340-8400 | Cep: 27240-560

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as pessoas que, assim como eu, foram impactadas pela cultura coreana, envolvidas por essa grande onda cultural vinda da Coreia do Sul.

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço a Deus — porque sem aquela força divina, eu provavelmente teria largado tudo para virar mãe solo de sete gatos e viver de aromaterapia. Às minhas parceiras de trincheira: Helena, Larah, Carol e Milla (enfrentamos juntas os altos, baixos do curso). Mesmo atoladas, vocês sempre deram um jeitinho de me ouvir (reclamar) e me apoiar. Isso sim é amizade nível superior.

Às minhas amigas de longa data, Maria Clara, Ana Júlia e Anna que mesmo longe, vocês nunca deixaram de estar por perto nos momentos certos, sempre com aquela palavra amiga ou uma mentira reconfortante do tipo “vai dar tudo certo”.

Um agradecimento especial ao meu gato, Loki. Ele não é exatamente um poço de afeto, mas sua presença silenciosa e julgadora foi surpreendentemente reconfortante em meio ao caos. E por último (e mais importante) agradeço aos meus pais, Jane e Eduardo, meu porto seguro, abrigo, âncora e roteador emocional. Sem vocês, eu provavelmente estaria em posição fetal, abraçada ao Loki, e não aqui finalizando esse trabalho.

RESUMO

Este trabalho versa sobre a apresentação de um documento digital em formato de e-book que aborda a globalização do estilo sul-coreano no século XXI, com enfoque na análise das tendências estéticas e culturais mais marcantes desse período. O estudo destaca a expressão artística e visual que caracteriza a cultura do Hallyu, evidenciada na transformação dos comportamentos, no vestuário e nas formas de interação social, tanto no contexto asiático quanto no cenário global. A elaboração do material envolveu uma investigação sobre a moda sul-coreana contemporânea, considerando referências midiáticas e culturais amplamente difundidas, como o K-pop e os doramas. Ressalta-se, ao longo da pesquisa, a harmonia entre tradição e inovação que permeia a identidade visual da Coreia do Sul, consolidando seu estilo como uma referência internacional. A conclusão foi que a moda não é só sobre roupas, mas também sobre cultura, identidade e influência, e a Coreia do Sul soube usar tudo isso para se destacar no cenário global.

Palavras-chave: Moda Coreana. Cultura. Onda Coreana. Globalização.

ABSTRACT

This work presents a digital document in the form of an e-book that explores the globalization of South Korean style in the 21st century, with a focus on analyzing the most prominent aesthetic and cultural trends of this period. The study highlights the artistic and visual expression that characterizes Hallyu culture, as evidenced by transformations in behavior, clothing, and social interaction, both within Asia and on a global scale. The development of the material involved research into contemporary South Korean fashion, taking into account widely disseminated media and cultural references such as K-pop and Korean dramas. Throughout the research, emphasis is placed on the harmony between tradition and innovation that defines South Korea's visual identity, establishing its style as an international reference. The conclusion was that fashion is not just about clothing, but also about culture, identity, and influence, and South Korea has skillfully used all of these elements to stand out on the global stage.

Key Words: Korean Fashion. Culture. Korean Wave. Globalisation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Cartões de insights.....	18
Figura 2- Persona Samantha.....	19
Figura 3 - Persona Luna.....	19
Figura 4 - Persona Melissa.....	20
Figura 5- Persona Lucas	20
Figura 6 - E-book Similar 1	22
Figura 7- E -book Similar 2	23
Figura 8- E-book Similar 3	24
Figura 9 - Painel Semântico 1	25
Figura 10 - Painel Semântico 2.....	26
Figura 11 - Painel Semântico 3.....	26
Figura 12 - Brainstorming	27
Figura 13 - Cardápio de Ideias.....	28
Figura 14 - Ideia de capa 1	29
Figura 15 - Ideia de capa 2.....	30
Figura 16 - Ideia de capa 3.....	30
Figura 17 - Ideia com aperfeiçoamento 1	31
Figura 18 - Ideia com aperfeiçoamento 2	31
Figura 19 - Ideia com aperfeiçoamento 3.....	32
Figura 20 - Matriz de Posicionamento da Capa	32
Figura 21 - Capa dos capítulos ideia 1	33
Figura 22 - Capa dos capítulos ideia 2.....	33
Figura 23 - Capa dos capítulos ideia 3	34
Figura 24 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 1	34
Figura 25 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 2	35
Figura 26 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 3	35
Figura 27 - Matriz de posicionamento das capas dos capítulos.....	36
Figura 28 - Ideia 1	36
Figura 29 - Ideia 2	36
Figura 30 - Ideia 3	37
Figura 31 - Tipografia de capa ideia 1	37
Figura 32 - Ideia 1	38
Figura 33 - Ideia 2	38
Figura 34 - Ideia 3	38
Figura 35 - Matriz de posicionamento da tipografia das capas dos capítulos	39
Figura 36 - Ideia 1	40
Figura 37 - Ideia 2	40
Figura 38 - Ideia 3	40
Figura 39 - Matriz de posicionamento da tipografia dos textos dos capítulos	41
Figura 40 - Mockup de celular	42
Figura 41 - Mockup de notebook	42

Figura 42 - Capa	43
Figura 43 - Verso da Capa e página 1.....	44
Figura 44 - Capítulo 1, páginas 2 e 3	44
Figura 45 - Capítulo 2, páginas 4 e 5	45
Figura 46 - Capítulo 3, páginas 6 e 7	45
Figura 47 - Páginas 8 e 9	46
Figura 48 - Capítulo 4, páginas 10 e 11.....	46
Figura 49 - Capítulo 5, páginas 12 e 13	47
Figura 50 - Contracapa.....	48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Problematização.....	12
1.2 Objetivos.....	12
1.2.1 Objetivo geral.....	12
1.2.2 Objetivos específicos	13
1.3 Justificativa.....	13
1.4 Métodos e técnicas.....	14
2. IMERSÃO.....	15
2.1 Imersão preliminar.....	15
2.1.1 Reenquadramento.....	15
2.1.2 Pesquisa exploratória.....	15
2.2 Imersão em profundidade.....	16
2.2.1 Cartões de insights.....	16
3. ANÁLISES E SÍNTESES.....	19
3.1 Personas.....	18
3.2 Critérios norteadores	18
3.3 Análise de Similares	18
4. IDEAÇÃO	24
4.1 Painéis semânticos.....	21
4.2 Brainstormin.....	23
4.3 Cardápio de ideias.....	28
5. PROTOTIPAÇÃO.....	25
5.1 Geração de Ideias da Capa.....	28
5.1.1 Matriz de Posicionamento da Capa.....	29
5.2 Geração de ideias das capas dos capítulos.....	29
5.2.1 Matriz de posicionamento das capas dos capítulos.....	32
5.3 Geração de ideias da tipografia da capa.....	32
5.3.1 Matriz de posicionamento da tipografia da capa do E-Book.....	33
5.4 Geração de ideia da tipografia das capas dos capítulos	33
5.4.1 Matriz de posicionamento da tipografia das capas dos capítulos....	34
5.5 Geração de ideias da tipografia do texto dos capítulos	34

5.5.1 Matriz de posicionamento da tipografia dos textos dos capítulos...	35
5.6 Mockups.....	36
6. PROTOTIPO FINAL DO E-BOOK.....	43
7. CONCLUSÃO.....	42
REFERÊNCIAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) examina a ascensão meteórica da cultura sul-coreana como uma das forças mais impactantes e transformadoras no cenário global da moda no século XXI. O estudo explora um fenômeno cultural que transcende fronteiras geográficas, revelando como o K-pop e os dramas coreanos, conhecidos como doramas, emergiram como propulsores de tendências, moldando as preferências e a criatividade tanto de consumidores quanto de criadores em todo o mundo. A pesquisa investiga não apenas os elementos distintivos que definem o estilo coreano, mas também a maneira como a moda se tornou um veículo fundamental para a projeção da influência cultural da Coreia do Sul em escala internacional.

Historicamente, a Coreia do Sul destacou-se pela produção de moda acessível, caracterizada por peças de rápida circulação no mercado. No entanto, esse panorama vem se transformando significativamente. O país, ciente de seu crescente papel no cenário cultural global, tem direcionado esforços para promover seus designers e consolidá-los como referências no competitivo universo da moda internacional. Ao longo deste estudo, serão analisados os fatores que catalisaram essa mudança, além das estratégias adotadas pela Coreia do Sul para estabelecer uma identidade de moda que ressoe não apenas localmente, mas que também conquiste um espaço de prestígio nos principais centros de moda do mundo.

Hallyu tem superado divisões culturais, criando uma linguagem compartilhada de música, moda e drama que ressoa com públicos de diferentes continentes, fazendo da Coreia do Sul uma superpotência cultural (ARONCZYK, 2013).

Há um crescimento do interesse do mercado internacional pelas marcas locais. AMBUSH (streetwear) e Gentle Monster (eyewear) já são marcas locais bastante consolidadas no cenário internacional. A Seoul Fashion Week cresce a cada edição e já é vista (e acompanhada) como uma das grandes semanas de moda fora do circuito principal de moda. O streetwear com uma leve pegada "sem gênero", seguindo um estilo semelhante ao da AMBUSH e de algumas marcas mais tradicionais japonesas, é o que tem feito algumas jovens marcas locais se destacarem no mercado global.

Com o aumento do interesse pelo Oriente, o país asiático, que há meio século era arrasado pela pobreza, mudou radicalmente a sua imagem para uma potência tecnológica. Neste contexto, partindo dos últimos dez anos, o sucesso da ascensão coreana atualmente tem como base a relação entre a sua estrutura histórica, cultural,

política, social e econômica que, para garantir suas conquistas e interesses, o país recorreu a uma forma de domínio mais branda, conhecida como "Soft Power", em que a cultura é o principal instrumento de poder.

Sabendo da importância da moda, essa pesquisa tem como objetivo desenvolver um documento digital que através de imagens retrate a influência dos estilos da Coreia do Sul.

1.1 Problematização

Criar sua própria identidade ao vestir é essencial na sociedade atual. O consumo de moda se revela como artifício para conseguir satisfação, prazer, status, representatividade, aceitação, e por que não, como meio para conseguir sentido existencial. Ao utilizar os looks que seus ídolos artísticos costumam usar, o indivíduo terá esse prazer e sentimento de pertencimento, pois os padrões impostos pela sociedade afetam individualmente as pessoas, o que gera uma insatisfação com seu modo de vestir e também com sua própria aparência. (Martins e Martins, 2017, p. 3)

As vestimentas utilizadas pelos kpopers e pelos chamados idols sul-coreanos, são divididas em dois grupos. O primeiro grupo é formado pelos que se enquadram no estilo Girlie, no qual utilizam roupas leves e normalmente em tons claros, que transmitem o lado considerado 'angelical', e a fofura de quem veste. Já o grupo Street tenta transmitir o empoderamento, com roupas pesadas, cheias de correntes, e calças largas, contendo tons escuros (YOHSTORE, 2019).

A moda coreana evoluiu rapidamente, e as sementes da influência global na moda foram plantadas com o crescimento da tendência "hallyu" ou "onda coreana" que dominou o mundo. Será que essa onda está sendo impulsionada principalmente pelo k-pop e pelos k-dramas?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Criar um documento digital que retrate a evolução e identifique as características da moda Sul Coreana no século XXI.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar um documento digital com imagens que remeta o estilo sul coreano;
- Identificar ícones da moda sul coreana;
- Destacar os designers mais relevantes da Coreia do Sul atualmente;
- Falar sobre a geração Z.

1.3 Justificativa

Neste TCC será abordado o impacto cultural sul coreano nas tendências e estilos do mundo fashion.

O universo coreano sensibiliza jovens do Ocidente que não teriam, por outro meio, outras referências asiáticas. Eles adotam moda, padrões de beleza, gestualidades, comportamento, enfim, tudo o que os sensibiliza de alguma forma. Por isso, é impossível pensar o consumo da geração Z de forma assertiva sem passar pelas referências e efeitos da Hallyu.

O conceito de “hallyu” surgiu na década de 90 como um apelido dado pela mídia chinesa para representar os esforços da Coreia do Sul em reviver e exportar sua cultura após anos de ditadura militar que se encerrou no final dos anos 1980 (CRUZ, 2023). Com o objetivo de fortalecer a identidade nacional e investir em infraestrutura e recursos, a Coreia do Sul utilizou os holofotes voltados para sua cultura popular. As áreas mais exploradas são a televisão, a música, o cinema, a indústria da beleza e a moda. Esse último item ganhou ainda mais força nos últimos anos. Cada vez mais, a moda coreana está impactando o mundo todo indo muito além do sudeste asiático (VASCONCELOS,2021).

Este tema foi escolhido devido ao crescente interesse pela cultura sul-coreana, especialmente entre a geração Z, que se destaca como um dos principais públicos consumidores dessa onda cultural. A geração Z, formada por jovens altamente conectados e influenciados pelas redes sociais, tem desempenhado um papel fundamental na disseminação da cultura sul-coreana, particularmente através de fenômenos como K-pop, os K-dramas e a K-beauty. Esse grupo não apenas consome esses produtos culturais, como também os transforma em símbolos de identidade e estilo de vida.

1.4 Métodos e técnicas

Para realizar este trabalho será usado o método Design Thinking do Maurício Viana, utilizando pesquisas bibliográficas para melhor entendimento além de pesquisa documentais.

2. IMERSÃO

A imersão é a primeira etapa a ser desmembrada no Design Thinking e basicamente ela se trata de entender. Ou melhor, convergir coletando dados e imergir (dando profundidade) no projeto.

2.1 Imersão preliminar

Para essa etapa é necessário essencialmente entender o problema antes de pensar na solução. E, dessa forma, conseguir agir com base em dados reais, e problemas reais.

2.1.1 Reenquadramento

Neste editorial, vamos conhecer a moda, as tendências e estilistas sul coreanos que fazem parte dessa onda coreana, chamada Hallyu.

2.1.2 Pesquisa exploratória

Nessa etapa foi realizada uma pesquisa bibliográfica que nos facilitou identificar o público alvo deste segmento.

De acordo com a reportagem intitulada “Na onda do K-pop: como a Hallyu fez do Brasil o terceiro maior consumidor de K-dramas na pandemia”, publicada pelo jornal Extra, uma pesquisa realizada pela plataforma de streaming Viki revelou dados significativos sobre o perfil do público brasileiro consumidor de produções sul-coreanas. Segundo a matéria, 53% dos usuários brasileiros da plataforma têm entre 13 e 18 anos de idade, e 77% são do sexo feminino. Os gêneros preferidos entre esses espectadores incluem comédia romântica, séries protagonizadas por idols do K-pop e obras de fantasia, evidenciando a forte presença da juventude no consumo da cultura pop coreana no Brasil (QUEIROGA, 2021).

2.2 Imersão em profundidade

O objetivo desta fase é o ser humano, tudo os inclui. Como pensam, como falam, o que fazem e entre outros. Possibilitando o alcance de informações sobre a rotina do consumidor, ou simulando por parte do autor do projeto sobre a vida do consumidor estudado. Essa etapa permite que o pesquisador se coloque no lugar do cliente.

Trata-se de uma breve contextualização sobre uma usuária que incorpora um determinado estilo como forma de identidade visual e se expõe ao espaço urbano com o intuito de observar, de maneira empírica, as reações sociais provocadas por essa estética.

Um dia na vida: É um processo de imersão, por parte do pesquisador, da vida de uma pessoa ou situação estudada.

Acordei por volta das 10h em um sábado tranquilo. Após tomar banho e escovar os dentes, comecei a me arrumar com atenção, escolhendo cada peça como uma extensão da minha identidade. Vesti uma calça jeans larga, uma blusa preta com um coração de strass no centro, e uma camisa de boliche estampada por cima. Completei o look com um tênis All Star preto, cabelo solto, boné virado para trás e óculos escuros. Meu visual expressava uma estética streetwear, que venho incorporando ao meu cotidiano como forma de afirmação pessoal.

Ao meio-dia, fui almoçar na casa da minha avó, uma mulher moderna e bastante estilosa, que sempre apoia minhas escolhas. Ela elogiou minha roupa com entusiasmo, observando com carinho os detalhes. Já minha tia, que mora com ela, reagiu com um pouco de estranhamento. Disse que não está acostumada a ver alguém vestido assim em Barra Mansa. Embora a cidade não seja exatamente conservadora, expressões visuais mais ligadas ao streetwear ainda causam certo impacto, especialmente quando inseridas em contextos cotidianos e familiares.

Depois do almoço, fomos ao supermercado em frente à casa da minha avó. Durante o trajeto, percebi alguns olhares — alguns curiosos, outros vagamente julgadores.

Não sei se gostaram ou não do que viram, mas senti que minha presença, visualmente marcada pelo contraste com o ambiente, provocava algum tipo de reação. Esse tipo de percepção é comum para quem opta por se expressar através de uma estética que foge ao que é considerado “convencional” localmente.

Mais tarde, ao voltar para casa, tomei banho novamente, retirei a maquiagem e vesti meu pijama. Apesar da rotina simples, fiquei refletindo sobre o impacto de um gesto aparentemente banal como se vestir. Para mim, o streetwear não é apenas um estilo — é uma linguagem, uma forma de autoafirmação que carrega referências culturais, estéticas e simbólicas. Mesmo em uma cidade de médio porte como Barra Mansa, onde há certa abertura para o novo, ainda existe um caminho a ser percorrido no que diz respeito à naturalização de identidades visuais diversas.

Esse breve relato de um sábado comum ilustra como a moda pode atuar como mediadora de identidade, pertencimento e diferença. Ao escolher determinadas peças e combinações, não estou apenas “me vestindo”, mas comunicando, conscientemente ou não, um posicionamento diante do mundo — mesmo que esse mundo comece na calçada da minha avó.

2.2.1 Cartões de insights

Com o objetivo de facilitar a consulta das informações coletadas durante a fase de imersão preliminar e imersão em profundidade, foram criados cartões de insights, separado por temas. Segue abaixo:



Figura 1- Cartões de insights.

Fonte: Autora do estudo (2025)

3. ANÁLISES E SÍNTESES

3.1 Personas

Personagens foram criados nesta etapa para a construção e estruturação de ideias. Nela acontecerá a expressão de necessidades, expectativas e motivações do público.

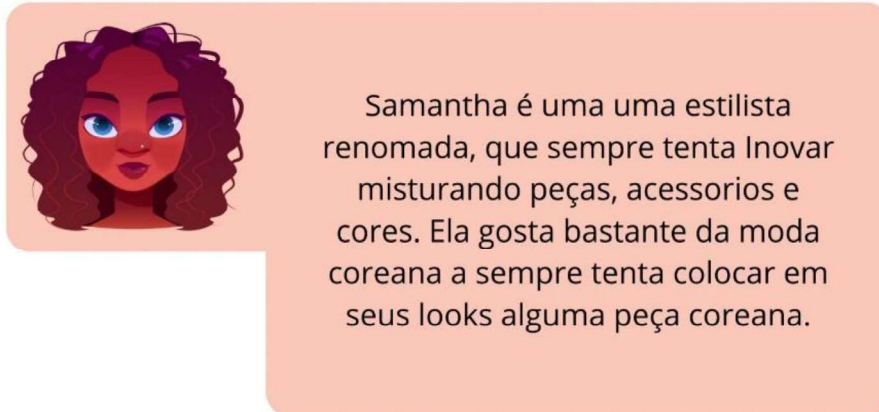


Figura 2- Persona Samantha

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 3 - Persona Luna

Fonte: Autora do estudo (2025).



Melissa é uma jovem universitária estudante de moda. Ama o mundo fashion e está sempre ligada nas tendências. Gosta de montar seus looks e sempre tentar inovar. Além de ser uma grande fã de kpop e se inspirar bastante nos looks das celebridades coreanas

Figura 4 - Persona Melissa
Fonte: Autora do estudo (2025).



Lucas é um influenciador digital no mundo da moda e é atento as novidades. Amante da cultura coreana, Lucas sempre fica bastante animado para mostrar aos seus seguidores as novas tendências coreana.

Figura 5- Persona Lucas
Fonte: Autora do estudo (2025).

3.2 Critérios norteadores

Durante a pesquisa foram recolhidas informações sobre a moda coreana, alguns exemplos de editoriais de moda, sobre fotografia etc. Após os cartões de insights, foram definidos os seguintes critérios que irão nortear o projeto.

- Contexto da moda coreana e seu crescimento atualmente. Para demonstrar a moda coreana, é essencial considerar a sua história e cultura para garantir uma representação precisa.
- Estética: o projeto de manter uma estética, utilizando cores, elementos e técnicas de composição que remetem à moda coreana.
- Layout: criar layout bem planejado, para que destaque as imagens e facilite a leitura. Com isso, o leitor identifique de forma clara e objetiva o valor documental que será desenvolvido.
- Criatividade: ter um conceito criativo bem definido desde o início do projeto é bem importante para orientar todas as etapas de produção.

3.3 Análise de similares

É o levantamento e estudo de soluções existentes que se relacionam com o desafio de design que está sendo investigado.

k-Pop – Manual de sobrevivência de Babi Dewet, Érica Imenes e Natália Pak

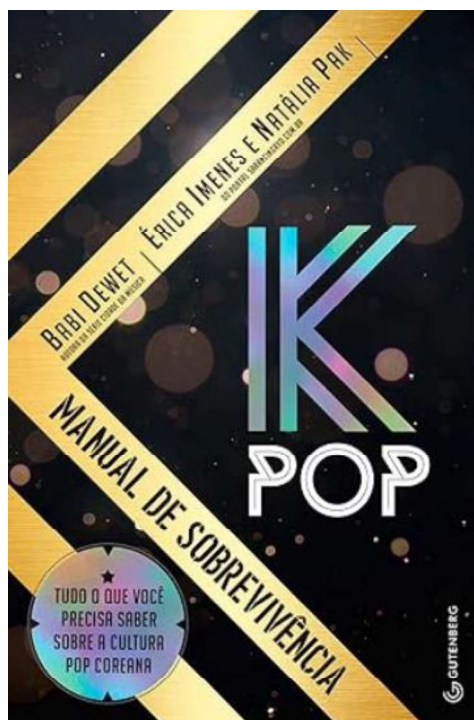


Figura 6 - E-book Similar 1

Fonte: Site Amazon

Pontos positivos:

- Tipografia moderna e temática.
- Uso de elementos gráficos chamativos.
- Paletas de cores bem escolhida.

Pontos negativos:

- Poluição visual e excesso de elementos.
- Hierarquia textual confusa.
- Pouco respiro visual.

Unlock Modern Korean with Konglish de Young-K

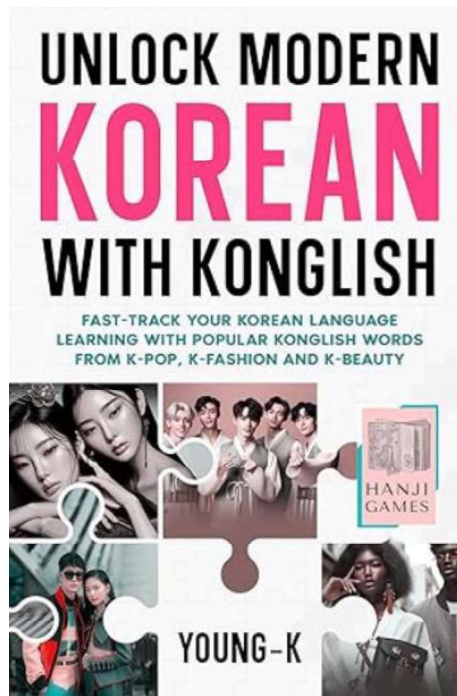


Figura 7- E -book Similar 2

Fonte: Site Amazon

Pontos positivos:

- Título com ótima hierarquia visual.
- Representatividade das áreas culturais (K-pop, K-fashion, K-beauty)
- Estilo moderno e limpo (Clean)

Pontos Negativos:

- Tipografia pouco personalizada, muito genérica.
- Paleta de cores sem grande impacto cultural.
- Subtítulo muito longo e com muita informação.

K-Pop Style de Dianne Pineda

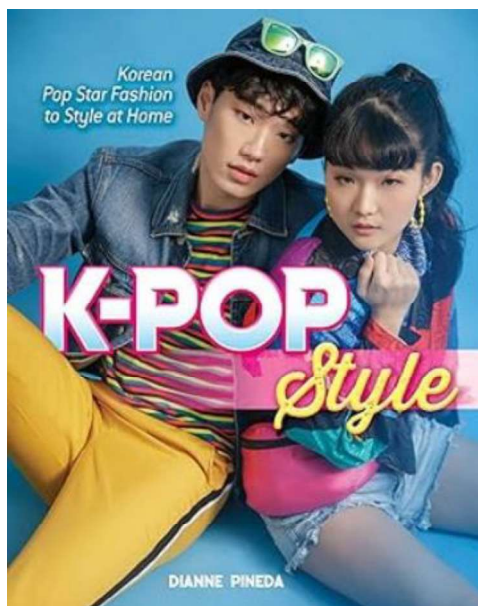


Figura 8- E-book Similar 3

Fonte: Site Amazon

Pontos positivos:

- Imagem que remete ao tema do livro.
- Paleta vibrante e coerente com o mundo pop.
- Título com destaque visual forte.

Pontos negativos:

- Poluição de cores na tipografia secundária.
- Texto informativo pequeno e não muito visível.
- Pouca margem de respiro.

4. IDEAÇÃO

O objetivo dessa etapa é gerar ideias criativas e inovadoras para o tema do projeto. Para isso, são usadas as ferramentas de síntese desenvolvidas na fase de análise, com o intuito de estimular a criatividade e criar soluções que estejam alinhadas com o contexto do tema abordado.

4.1 Painéis semânticos

O painel semântico é um recurso do design que ajuda a construir a identidade visual e emocional de um projeto, sendo essencial para garantir que a proposta final esteja alinhada as expectativas do cliente.



Figura 9 - Painel Semântico 1
Fonte: Autora do estudo (2025).

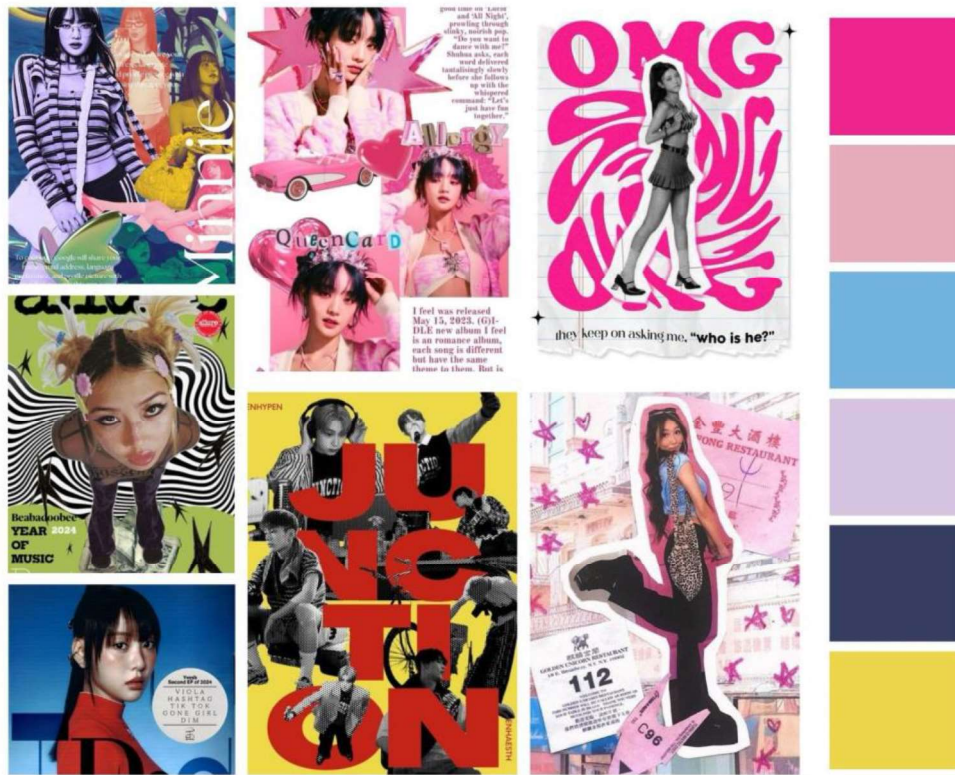


Figura 10 - Painei Semântico 2
 Fonte: Autora do estudo (2025).

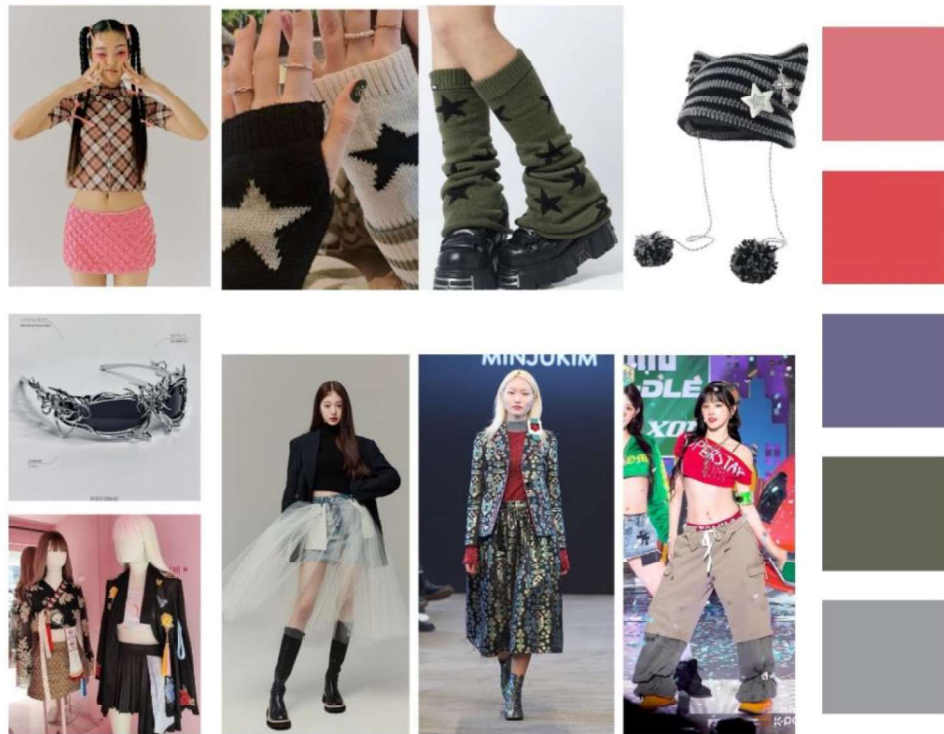


Figura 11 - Painei Semântico 3
 Fonte: Autora do estudo (2025).

4.2 Brainstorming

Viana et al. (2012) descreve o brainstorming como uma técnica bastante comum para incentivar a criatividade e gerar um grande número de ideias de forma rápida. A ideia fundamental do brainstorming é criar um ambiente sem julgamentos, onde qualquer ideia que surja, independentemente de quão incomum ou estranha pareça, é bem-vinda. Isso pode resultar em uma variedade de sugestões, que poderão ser aprimoradas em etapas posteriores.



Figura 12 - Brainstorming

Fonte: Autora do estudo (2025).

4.3 Cardápio de ideias

Segundo Vianna et al. (2012): “Um catálogo apresentando a síntese de todas as ideias geradas no projeto. Pode incluir comentários relativos às ideias, eventuais desdobramentos e oportunidades de negócio”



Figura 13 - Cardápio de Ideias
Fonte: Autora do estudo (2025).

5. PROTOTIPAÇÃO

Essa fase tem como objetivo testar e confirmar a viabilidade das ideias propostas. Embora normalmente ocorra nas etapas finais do processo de Design Thinking, ela também pode acontecer simultaneamente às fases de Imersão e Ideação durante o desenvolvimento do projeto.

Foram criadas três versões de capas para o e-book. As ideias foram feitas digitalmente no app Ibis Paint, e posteriormente foram realizadas na ferramenta Canva.

5.1 Geração de Ideias da Capa

Foram criadas três versões de capas para o e-book. As ideias foram feitas digitalmente no app Ibis Paint, e posteriormente foram realizadas em outras ferramentas digitais



Figura 14 - Ideia de capa 1
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 15 - Ideia de capa 2
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 16 - Ideia de capa 3
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 17 - Ideia com aperfeiçoamento 1
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 18 - Ideia com aperfeiçoamento 2
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 19 - Ideia com aperfeiçoamento 3

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.1.1 Matriz de Posicionamento da Capa

Depois de avaliar e comparar as alternativas usando uma matriz, foi constatado que a ideia 2 teve melhor imagens, cores, legibilidade e criatividade.

	Ideia 1	Ideia 2	Ideia 3
Imagens	Bom	Bom	Medio
Cores	Bom	Bom	Medio
Legibilidade	Bom	Bom	Ruim
Criatividade	Medio	Bom	Ruim

Figura 20 - Matriz de Posicionamento da Capa

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.2 Geração de ideias das capas dos capítulos

Foram desenvolvidas três alternativas de capas dos capítulos do E-Book. Foram feitos esboços no app Ibis Paint e posteriormente foi aperfeiçoada na ferramenta Canva.



Figura 21 - Capa dos capítulos ideia 1
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 22 - Capa dos capítulos ideia 2

Fonte: Autora do estudo (2025)



Figura 23 - Capa dos capitulos ideia 3
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 24 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 1
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 25 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 2
Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 26 - Capa dos capítulos com aperfeiçoamento ideia 3
Fonte: Autora do estudo (2025)

5.2.1 Matriz de posicionamento das capas dos capítulos

Após analisar e comparar as diferentes opções utilizando uma matriz, verificou-se que a ideia 3 teve a melhor imagens, cores, legibilidade e criatividade.

	Ideia 1	Ideia 2	Ideia 3
Imagens	Ruim	Médio	Bom
Cores	Ruim	Médio	Bom
Legibilidade	Bom	Bom	Bom
Criatividade	Médio	Médio	Bom

Figura 27 - Matriz de posicionamento das capas dos capítulos
Fonte: Autora do estudo (2025).

5.3 Geração de ideias da tipografia da capa

Colakind Zvvpb 123

CÖLAKIND ZVVPB 123

Figura 28 - Ideia 1

Fonte: Autora do estudo (2025).

Chonk Outline 123

CHONK OUTLINE 123

Figura 29 - Ideia 2

Fonte: Autora do estudo (2025).

Soffiti 123

SOFFITI 123

Figura 30 - Ideia 3

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.3.1 Matriz de posicionamento da tipografia da capa do E-Book

Depois de examinar e confrontar as diversas alternativas por meio de uma matriz comparativa, foi observado que a ideia 3, teve a melhor legibilidade, estética e criatividade.

	Ideia 1	Ideia 2	Ideia 3
Legibilidade	Ruim	Médio	Bom
Estética	Ruim	Médio	Bom
Criatividade	Bom	Bom	Bom

Figura 31 - Tipografia de capa ideia 1

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.4 Geração de ideia da tipografia das capas dos capítulos

Caveat Brush
AaBbCc

Figura 32 - Ideia 1

Fonte: Autora do estudo (2025).

Fearless AaBbCc

Figura 33 - Ideia 2

Fonte: Autora do estudo (2025).

Avallon AaBbCc

Figura 34 - Ideia 3

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.4.1 Matriz de posicionamento da tipografia das capas dos capítulos

Depois de avaliar e comparar as várias opções tipográficas por meio de uma matriz, foi percebido que a ideia 3 foi a melhor com legibilidade, estética e criatividade.

	Ideia 1	Ideia 2	Ideia 3
Legibilidade	Bom	Médio	Bom
Estética	Ruim	Bom	Bom
Criatividade	Bom	Bom	Bom

Figura 35 - Matriz de posicionamento da tipografia das capas dos capítulos

Fonte: Autora do estudo (2025)

5.5 Geração de ideias da tipografia do texto dos capítulos

Anantason AaBbCc

Figura 36 - Ideia 1

Fonte: Autora do estudo (2025).

Banburi AaBbCc

Figura 37 - Ideia 2

Fonte: Autora do estudo (2025).

Parmigiano Piccolo
AaBbCc

Figura 38 - Ideia 3

Fonte: Autora do estudo (2025)

5.5.1 Matriz de posicionamento da tipografia dos textos dos capítulos

Com base na análise e comparação das diferentes escolhas tipográficas através de uma matriz, foi reconhecido que a ideia 2 é a melhor com legibilidade, estética e criatividade.

	Ideia 1	Ideia 2	Ideia 3
Legibilidade	Bom	Bom	Bom
Estética	Médio	Bom	Bom
Criatividade	Médio	Bom	Médio

Figura 39 - Matriz de posicionamento da tipografia dos textos dos capítulos

Fonte: Autora do estudo (2025).

5.6 Mockups

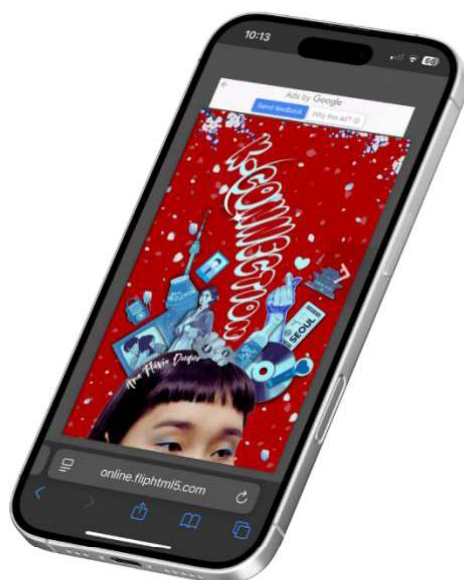


Figura 40 - Mockup de celular

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 41 - Mockup de notebook

Fonte: Autora do estudo (2025).

6. PROTOTIPO FINAL DO E-BOOK

O desenvolvimento do protótipo final teve como base os dados analisados nas matrizes de posicionamento, garantindo que o resultado atendesse da melhor forma possível às preferências do público jovem. A proposta é proporcionar uma experiência mais leve e descontraída, tornando a leitura mais atrativa e agradável para esse público. As imagens utilizadas no produto final foram escolhidas a partir de acervos e bibliotecas online gratuitas de domínio público



Figura 42 - Capa

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 43 - Verso da Capa e página 1

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 44 - Capítulo 1, páginas 2 e 3

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 45 - Capítulo 2, páginas 4 e 5

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 46 - Capítulo 3, páginas 6 e 7

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 47 - Páginas 8 e 9

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 48 - Capítulo 4, páginas 10 e 11

Fonte: Autora do estudo (2025).



Figura 49 - Capítulo 5, páginas 12 e 13

Fonte: Autora do estudo (2025)

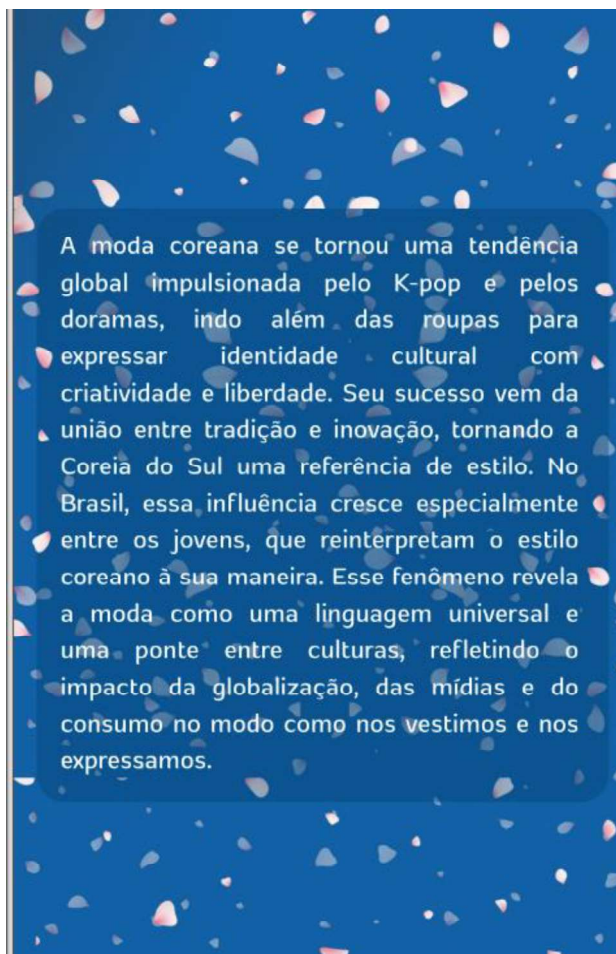
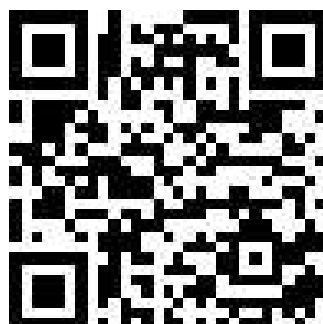


Figura 50 - Contracapa

Fonte: Autora do estudo (2025).



QR CODE Para ver a versão FlipBook.

7. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo desenvolver um documento digital com o propósito de analisar a influência do estilo coreano na contemporaneidade. O fenômeno da Onda Coreana (*Hallyu*) contribuiu significativamente para a disseminação das expressões culturais e tendências da Coreia do Sul para além do continente asiático.

Com o intuito de facilitar a compreensão desse processo, o e-book reúne informações e imagens que evidenciam as transformações tecnológicas e comportamentais ocorridas em um contexto marcado pela aceleração do mundo globalizado. A obra busca conduzir o leitor por diferentes períodos históricos, desde as tradições ancestrais até a evolução cultural e estilística observada no século XXI. Além disso, destaca-se a capacidade de superação da sociedade coreana diante de diversos desafios ao longo de sua trajetória, reafirmando sua força cultural e adaptabilidade. A moda, nesse contexto, é apresentada como um reflexo da evolução social, consolidando-se como um elo de conexão e expressão no cenário globalizado.

REFERÊNCIAS

ARONCZYK, M. **Branding the Nation: The Global Business of National Identity**. Reino Unido: Oxford University Press: 2013.

CRUZ, E. P. **Hallyu: a onda coreana que é um fenômeno de exportação da cultura pop**. 2023. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-06/hallyu-onda-coreana-que-e-um-fenomeno-de-exportacao-da-cultura-pop>>. Acesso em: 22 abr. 2025.

L'OFFICIEL BRASIL. Grande influenciadora, a moda coreana dita tendência e se torna referência mundial 2021 Disponível em < Mo <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/moda-coreana-tendenciasda-coreana:as-tendencias-do-pais-se-destacam-ao-redor-do-mundo> >

LUPTON, ELLEN. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. tradução de Tradução de Priscila Farias. 2. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2020.

MARTINS, C. C. S; MARTINS, A. C. S. A dimensão cultural do consumo de moda: uma discussão teórica. **5º Contexmod**, v. 1, n. 5, p. 266-76, 2017.

MARIANA, S. **A história da moda coreana e a ascensão do K-fashion** 2023. Disponível em: < <https://femmeverso.com.br/historia-moda-coreana-ascensao-k-fashion/#:~:text=Vis%C3%A3o%20Geral%201%20A%20moda%20coreana%20tem%20uma,uso%20criativo%20de%20cores%20e%20estampas.%20Mais%20itens>>

PETER, Cris. **O uso das cores**. São Paulo: Marsupial Editora, 2014.

QUEIROGA, L. **Na onda do K-pop: como a Hallyu fez do Brasil o terceiro maior consumidor de K-dramas na pandemia**. 2021. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/cultura/na-onda-do-pop-como-hallyu-fez-do-brasil-terceiro-maior-consumidor-de-dramas-na-pandemia-25098742#:~:text=Uma%20pesquisa%20do%20Minist%C3%A9rio%20da,o%20per%C3%ADodo%20anterior%20%C3%A0%20pandemia>>. Acesso em: 17 fev. 2025.

VASCONCELOS, L. **Fenômeno K-POP e sua influência na moda**. 2021. Disponível em: <<https://www.meninashoes.com.br/blog/como-o-k-pop-se-tornou-uma-influencia-global-na-moda/>>. Acesso em: 22 abr. 2025.

VIANNA, M; VIANNA, Y; ADLER, I. K; RUSS, B. **Design thinking: inovação em negócios**. 2nd ed. Rio de Janeiro: MJV Technology & Innovation, 2012.

YOHSTORE. **Moda Sul Coreana**. 2019. Disponível em: <<https://yohstore.com.br/61909/moda-sul-coreana/>>. Acesso em: 17 fev. 2025.

