



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ – UEPA
CENTRO DE CIÊNCIAS NATURAIS E TECNOLOGIA – CCNT
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN

GABRIEL GAIA
RICARDO RAIOL

KIMERA:
COLEÇÃO DE MODA VIRTUAL

BELÉM – PA

2024

GABRIEL GAIA
RICARDO RAIOL

KIMERA:
COLEÇÃO DE MODA VIRTUAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Design da Universidade do Estado do Pará.

Orientadora: Ma. Ana Paula Nazaré de Freitas.

Área de concentração: Design de Moda.

BELÉM – PA

2024

GABRIEL GAIA
RICARDO RAIOL

KIMERA:
COLEÇÃO DE MODA VIRTUAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para obtenção de título de
Bacharel em Design da Universidade do Estado
do Pará.

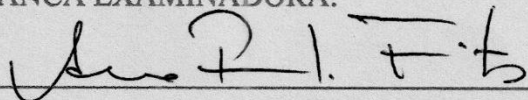
Orientadora: Ma. Ana Paula Nazaré de Freitas.

Área de concentração: Design de Moda.

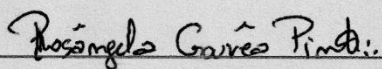
Aprovado em: 16 / 01 / 24.

Nota: 10,0 (DEZ)

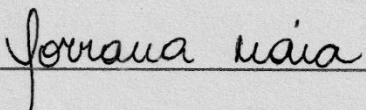
BANCA EXAMINADORA:



Prof.^a Ma. Ana Paula Nazaré de Freitas. – Universidade do Estado do Pará



Prof.^a Ma. Rosângela Gouveia Pinto – Universidade do Estado do Pará



Prof.^a Ma. Yorrana Priscyla Maia de Souza - Universidade do Estado do Pará

"Só vivemos uma vez, se fizer isso direito, é tudo que você precisa"

Ezreal – *League of Legends*

AGRADECIMENTOS

GABRIEL GAIA

Agradeço primeira a meus pais que são meus pilares na vida, Deusnete e Durval, esses que dedicaram seus dias para me educar e que sempre me apoiam em qualquer objetivo de vida, me dando forças para continuar. A meus irmãos, Denny e Mateus, pelo companheirismo nessa jornada universitária e pelo suporte em toda minha vida.

Aos meus grandes parceiros do curso de Design, em específico a turma de 2019, a qual tive a honra de fazer parte e partilhar momentos tão incríveis. Dedico meus agradecimentos, não menos importantes, a todos os professores que passaram pelo meu percurso e, também, a Universidade do Estado do Pará por nos proporcionar educação.

Aos meus amigos Gabriel, Jeff, Kaique e Cristian que são fundamentais na minha vida e que sempre estiveram ao meu lado desde a adolescência. Gratifico aos meus dois companheiros que a universidade me proporcionou, Fernanda e Giovanni, e que estão sempre comigo em diversas situações, desde os trabalhos a momentos de lazer.

A minha querida dupla dedico todos os agradecimentos por ser esse ser humano tão ímpar. Desde o início da graduação idealizamos que queríamos estar juntos nessa jornada que foi a criação do TCC. Obrigado, meu companheiro.

À nossa orientadora Ana Paula, não há palavras suficientes para descrever o quão importante suas palavras ditas a nós foram importantes para o andar do projeto, meu sincero obrigado pela contribuição ao nosso trabalho. Ademais, quero dedicar esse espaço para dizer à professora Rosângela o quanto sou seu admirador desde o primeiro dia na universidade, sentindo-me sempre bem em sua presença e por ter compartilhado de seus conhecimentos.

A todas as pessoas que estão em minha vida, um sincero obrigado.

RICARDO RAIOL

Agradeço primeiramente a Deus, por ser minha força durante o curso e com certeza ter me ajudado a chegar até aqui.

A minha família que tanto amo, meus pais, Ricardo e Márcia, pelo apoio e carinho incondicional, por acreditarem nos meus objetivos e estarem sempre orando por mim. Também aos meus irmãos Érika, Arthur e Gustavo por todo o apoio e ao meu amado cachorrinho Pixel que infelizmente partiu, mas sempre estará ao meu lado e viverá no meu coração.

Aos meus incríveis amigos que acompanharam toda a minha jornada e também sempre foram apoio pra mim. Fernando, que está comigo desde o começo do ensino médio e se mostrou a pessoa que eu posso confiar e contar mais que tudo. Aos meus queridos companheiros de universidade, Fernanda e Giovanni, que estiveram ao meu lado nos projetos, nos trabalhos em grupo e nos bons momentos de risadas, de apoio, de passeios e horas de ligação, realmente muitas boas lembranças. E principalmente ao meu grande amigo e dupla Gabriel, que desde o primeiro ano do curso quando nos conhecemos estava de acordo em ser meu parceiro nessa jornada, desde então foram ótimos momentos de projetos, de viagens no mesmo ônibus para ir e voltar do campus, e claro, muito lamén, Lol e *Kpop*. Enfim, agradeço pela amizade de todos durante esses anos, aprendi e continuo aprendendo com a amizade vocês e espero que todos os nossos planos se cumpram. Obrigado, amigos.

À turma de design de 2019. E aos professores do curso que formaram o profissional que me torno a cada dia.

À nossa orientadora Ana Paula, que conseguiu nos acolher e nos guiar ante a tantas dificuldades que encontramos antes de chegarmos às mãos dela, por ter nos dado a direção que precisávamos, sendo essencial para a conclusão deste projeto, orientando o primeiro TCC de moda virtual da UEPA. E em especial, à professora Rosangela, que sempre cuidou da turma e de nós alunos com muito cuidado e carinho, sempre nos incentivando e acreditando em nossa capacidade, sendo uma ótima e divertida professora, assim como uma incrível coordenadora de curso no período em que chegamos, até o nosso terceiro ano de curso. Obrigado por tudo.

“Quanto mais escura a noite... Mais brilhante as estrelas”

Braum – *League of Legends*

GLOSSÁRIO

0-9

3D: 3D é uma sigla que significa tridimensional, ou seja, a característica do que possui três dimensões geométricas: altura, profundidade e largura.

A

Adidas: A Adidas é uma empresa de calçados, roupas esportivas e equipamentos esportivos fundada na Alemanha.

Animal Crossing: Animal Crossing é uma série de jogos eletrônicos de simulação produzida pela Nintendo. Criada por Katsuya Egushi e Hisashi Nogami.

B

Blueprint: O blueprint de serviços é uma ferramenta extremamente útil para tangibilizar serviços, de modo que ajuda os envolvidos a compreenderem a experiência do cliente ao utilizar um determinado serviço.

C

Crypton Future Media: Crypton Future Media, Inc., ou Crypton, é uma empresa de mídia com sede em Sapporo, Japão.

Cosplay: Cosplay é um termo em inglês, formado pela junção das palavras costume (fantasia) e roleplay (brincadeira ou interpretação). É considerado um hobby onde os participantes se fantasiam de personagens fictícios da cultura pop japonesa.

Comeback: Um retorno, em termos de publicidade, é o retorno de uma pessoa conhecida à atividade em que inicialmente obteve sua fama.

D

Dinastia Joseon (조선): a Dinastia Joseon 조선 foi fundada em 1392 pelo general, agora rei Yi Seong-gye 이성계, que mais tarde seria rebatizado de Rei Taejon. Essa dinastia durou mais de 500 anos e foi governada por 26 reis ao longo desse período, cada um com sua própria história e legado.

Design: O design é um conceito amplo que representa o processo de criação de produtos a partir da excelência técnica e estética, com o objetivo de solucionar problemas e agregar valor. Quando bem feito, entrega a melhor experiência possível para o usuário.

Designers: é o profissional responsável pela concepção de um produto.

E

Ethos: Ethos é o conjunto de traços e modos de comportamento que conformam o caráter ou a identidade de uma coletividade. Em Antropologia, é uma espécie de síntese dos costumes de um povo.

F

Fashion Artists: são profissionais capazes de ilustrar os aspectos visuais de uma coleção.

G

Givenchy: é uma marca francesa de perfumes e cosméticos.

Gucci: Gucci é uma casa de moda de luxo italiana com sede em Florença, Itália.

H

Hallyu (한류): A “Onda Coreana” ou Hallyu (한류), apelido dado pela mídia, representa os esforços da Coreia do Sul para reerguer e exportar a cultura do país após décadas de uma ditadura militar que terminou no final dos anos 1980.

Hanbok (한복): Hanbok é um tradicional vestido coreano. Muitas vezes, é caracterizado por cores vibrantes, linhas simples e ausência de bolsos.

Harajuku: é o bairro mais fashion de Tóquio e também o ponto de encontro das pessoas mais geeks e exóticas de Tóquio.

Heian Jidai (平安時代): O período Heian é a última divisão da história clássica japonesa, indo de 794 a 1185. O período recebeu o nome da capital da época, Heian-Kyo, a atual Kyoto. Foi o período da história japonesa no qual o budismo, o taoísmo e outras influências chinesas atingiram o seu máximo.

Hwarang: "cavaleiros floridos" ou "jovens em flor"; elite de jovens guerreiros na antiga Coreia durante os períodos dos Três Reinos (Silla, Goguryeo e Baekje) e a dinastia Silla Unificada.

I

Idol: Idol é um nome referente a um tipo de celebridade que trabalha no campo do kpop seja como membros de algum grupo musical ou como um ato solo.

Influencer Digital: Um digital influencer é um profissional que produz conteúdo na internet, sendo capaz de influenciar a sua base de seguidores a partir do seu comportamento.

International Western Clothing Company: fabricante e exportador de roupas.

J

Jomon Jidai (縄文時代): O período Jomon foi a primeira cultura no arquipélago japonês. Os ancestrais dos Jomon ocuparam as ilhas nipônicas desde o final da quarta glaciação por volta

de 14 mil a.C. Os Jomon deixaram vestígios de sua ocupação através de peças de cerâmica consideradas mais antigas do mundo.

K

K-drama: Os k-dramas, normalmente, são histórias de começo-meio-e-fim, interpretadas por um elenco de atores e atrizes, contadas em formato episódico e exibidos semanalmente nos canais de televisão.

Kimono (着物): O Kimono, um dos símbolos do Japão, é a roupa tradicional japonesa. É reconhecido em todo o mundo por sua beleza e elegância. A roupa surgiu no século VIII, no período de Nara (710-794), a partir da metade do século 16, sendo usado como roupa de baixo e como vestimenta de uso diário, hoje é utilizado em ocasiões solenes.

Kpop: K-pop é um gênero musical originado na Coreia do Sul, que se caracteriza por uma grande variedade de elementos audiovisuais.

P

Pixels: é a menor unidade que compõe uma imagem.

R

Realidade Aumentada: A realidade aumentada (RA) consiste em uma tecnologia que integra um conteúdo virtual dentro de um cenário real a partir de câmeras. Com isso, ela permite sobrepor elementos — oferecendo um mundo real com outros olhos.

Realidade Virtual: Realidade virtual é uma tecnologia de interface capaz de enganar os sentidos de um usuário por meio de um ambiente virtual criado a partir de um sistema computacional. Ao induzir efeitos visuais, sonoros e até táteis, a realidade virtual permite a imersão completa em um ambiente simulado, com ou sem interação do usuário.

Roblox: Roblox é uma plataforma de jogos MMO e sandbox baseados normalmente em mundo aberto, multiplataforma e simulação que permite criar do zero seu próprio mundo virtual

chamado de 'experiência' ou 'place' onde os milhares de jogadores da plataforma podem interagir sobre.

RPG: Role-playing game, também conhecido como RPG, é um tipo de jogo em que os jogadores assumem papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente.

M

Marketing: Marketing é a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades do mercado por meio de produtos ou serviços que possam interessar aos consumidores. A finalidade do marketing é criar valor e chamar a atenção do cliente, gerando relacionamentos lucrativos para ambas as partes.

Meiji Jidai: O Período Meiji ou Era Meiji foi o período de reinado do Imperador Meiji do Japão, que se estendeu de 3 de fevereiro de 1868 a 30 de julho de 1912. Nessa fase, o Japão conheceu uma acelerada modernização, vindo a constituir-se em uma potência mundial.

Metaverso: Metaverso é uma espécie de nova camada da realidade que integra os mundos real e virtual.

Minecraft: Minecraft é um jogo eletrônico sandbox de sobrevivência criado pelo desenvolvedor sueco Markus "Notch" Persson e posteriormente desenvolvido e publicado pela Mojang Studios, cuja propriedade intelectual foi obtida pela Microsoft em 2014.

N

Nike: A Nike, fundada por Bill Bowerman e Phil Knight, tem sede em Beaverton, Oregon, Estados Unidos. A empresa recebeu primeiramente, em 1964, o nome de Blue Ribbon Sports. Porém, em 1971, foi renomeada para Nike, Inc. Atualmente, a empresa é responsável pelo design, fabricação, marketing e venda de calçados, roupas, acessórios e equipamentos esportivos, destacando-se como uma das companhias mais valiosas do setor.

Nintendo: A Nintendo Co., Ltd. é uma desenvolvedora e publicadora japonesa de jogos eletrônicos e consoles sediada em Quioto.

S

Second Life: Ambientes virtuais são conhecidos pela sua praticidade e imersão a um mundo novo, para tal, utilizam de aparatos que transportam os usuários diretamente ao universo digital.

Showa Jidai (昭和 時代): O período Showa, ou Era Showa, é o período da história do Japão correspondente ao reinado do Imperador Showa, Hirohito, de 25 de dezembro de 1926 até 7 de janeiro de 1989. O período Showa foi o mais longo período de todos os reinados dos Imperadores japoneses anteriores.

Skins: Conceito bastante conhecido entre os admiradores de jogos eletrônicos e relacionado ao visual, as skins são roupas virtuais. Ou seja, roupas que só podem ser usadas dentro do universo digital para customizar os personagens dos games.

Status: posição favorável na sociedade; consideração, prestígio, renome.

V

Vocaloid: VOCALOID é um software de síntese de voz.

X

Xogunato Tokugawa (徳川幕府) ou Edo Bafuku (江戸幕府): foi uma ditadura militar feudal estabelecida no Japão por Tokugawa Ieyasu (primeiro líder desta era), governada pelos xoguns (grande general) da família Tokugawa no período de 1603 a 1868.

Y

Yayoi Jidai (弥生時代): O período Yayoi (弥生時代) foi um período da história do Japão que abrange de 1000 a.C. até 300 d.C., iniciado na era neolítica e perdurou durante a idade do bronze até o início da idade do ferro.

RESUMO

Este trabalho se refere à criação e confecção de uma coleção de moda virtual inspirada no vestuário tradicional das culturas de Coreia do Sul e Japão, apresentando uma nova metodologia desenvolvida para a uma coleção digital. Com esse objetivo, tornou-se necessário a realização de pesquisas bibliográficas referentes ao tema, como a contextualização sobre o mercado de moda virtual, e a relação da tradicionalidade com o histórico da moda nos países que foram utilizados de inspiração, juntamente com o auxílio de pesquisas quantitativas sobre o público alvo para as escolhas criativas e conhecimento do mercado virtual. Posteriormente, se iniciou a fase do projeto da coleção, baseando-se na metodologia de moda descrita por Yorrana Maia, com as fases nomeadas de 5C's, que são: Consciência, contexto, coleção, confecção e comercialização. Além do aporte dos painéis de criação descritos por Seivewright. Com base nisso, foi criada a coleção Kimera que resultou em peças de roupas que mesclam conceitos de diversos elementos do vestuário tradicional japonês e sul coreano, aplicando referências artísticas às suas peças estilizadas, trabalhando também o conceito quimérico entre o mercado de moda virtual e convencional, resultando em vestimentas diferentes do habitual, capaz de gerar identidade e manifestação individual dentro dessa experiência única que se encontra no mundo digital.

Palavras-chave: Design de moda; Moda virtual; Tradicionalidade; Coreia do Sul; Japão.

ABSTRACT

This work concerns the creation and production of a virtual fashion collection inspired by the traditional clothing of South Korea and Japan, introducing a new methodology developed for a digital collection. To achieve this goal, it became necessary to conduct bibliographic research on the topic, such as contextualization of the virtual fashion market and the relationship between tradition and the history of fashion in the countries that served as inspiration. This was accompanied by quantitative research on the target audience to inform creative choices and understand the virtual market. Subsequently, the collection project phase began, based on the fashion methodology described by Yorrana Maia, with phases named the 5C's: Consciousness, context, collection, production, and marketing. In addition, creative panels described by Seivewright were utilized. Based on this, the Kimera collection was created, resulting in garments that blend concepts from various elements of traditional Japanese and South Korean attire. The collection applied artistic references to its stylized pieces, also exploring the chimeric concept between the virtual and conventional fashion markets. This resulted in clothing that deviates from the usual, capable of generating identity and individual expression within the unique experience found in the digital world.

Keywords: Fashion Design; Virtual Fashion; Traditionality; South Korea; Japan.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Personagens do jogo League of Legends	31
Figura 2 – Peças da Givenchy para Animal Crossing	32
Figura 3 – Modelo Virtual: Imma para a Grazia Magazine.....	34
Figura 4 – Companhia Dtail	35
Figura 5 – Girlgroup AESPA	36
Figura 6 – Xilogravuras por Kitagawa Utamaro e Taiso Yoshitoshi	39
Figura 7 – “Widow” por Kitagawa Utamaro	40
Figura 8 – Kosode em Jidai-Matsuri 2011	42
Figura 9 – Xilogravuras por Utagawa Kunisada e Yoshu Chikanobu.....	43
Figura 10 – Miyavi e Mana - sama.....	45
Figura 11 – Gangnam Style	47
Figura 12 – Dorama: Mr. Sunshine	50
Figura 13 – Grupo BTS	51
Figura 14 – Grupo BLACKPINK.....	51
Figura 15 – Grupo STRAY KIDS	52
Figura 16 – Kai do EXO.....	52
Figura 17 – Representação de Hanbok Tradicional.....	53
Figura 18 – Evolução do Hanbok com as Dinastias na Coreia.....	54
Figura 19 – Casal Coreano com vestimentas tradicionais	55
Figura 20 – Capa da revista Vogue Korea.....	56
Figura 21 – Designer de Moda Nora Noh em seu primeiro desfile.....	57
Figura 22 – Modelos posando para a coleção de Nora Noh	58
Figura 23 – Mulheres Andando em Seul na década de 1970	58
Figura 24 – Tendências de Moda coreana na década de 1980	59
Figura 25 – Grupo Seo Taiji & Boys.....	60
Figura 26 – Grupo de kpop “H.O.T.”	60
Figura 27 – Moda de rua coreana na década de 1990.....	61
Figura 28 – Loja Forever 21	61
Figura 29 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim	62
Figura 30 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim	63
Figura 31 – Grupo BTS	63
Figura 32 – Grupo Red Velvet	64

Figura 33 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim	64
Figura 34 – Pergunta 2.....	71
Figura 35 – Pergunta 5.....	71
Figura 36 – Pergunta 4.....	72
Figura 37 – Pannel de Esboços.....	81
Figura 38 – Pannel de Croquis	82
Figura 39 – Pannel Ambiência	85
Figura 40 – Paleta de Cores	86
Figura 41 – Pannel de Inspiração Coreano: Verão	87
Figura 42 – Pannel de Inspiração Japonês: Verão	88
Figura 43 – Pannel de Inspiração Coreano: Primavera	89
Figura 44 – Pannel de Inspiração Japonês: Primavera	90
Figura 45 – Pannel de Inspiração Coreano: Entre Estações	91
Figura 46 – Pannel de Inspiração Coreano: Entre Estações	92
Figura 47 – Interface do Marvelous Designer	94
Figura 48 – Modelos em 3D no Marvelous Designer.....	95
Figura 49 – Interface de Renderização no Blender	96
Figura 50 – Nodes no Blender	96
Figura 51 – Cenários Renderizados.....	97
Figura 52 – Render da Peça Yukata	100
Figura 53 – Render da Peça Hanbok Hwarang.....	102
Figura 54 – Render da Peça Kimono.....	103
Figura 55 – Render da Peça Baekdu.....	104
Figura 56 – Render da Peça Hanbok Ijung.....	105
Figura 57 – Render da Peça Obi	107
Figura 58 – Ficha Técnica: Jeogori	116
Figura 59 – Ficha Técnica: Baji.....	117
Figura 60 – Ficha Técnica – 2D Pattern: Hanbok Ijung.....	118
Figura 61 – Ficha Técnica Superior: Yukata.....	119
Figura 62 – Ficha Técnica Inferior: Yukata	120
Figura 63 – Ficha Técnica – 2D Pattern: Yukata	121
Figura 64 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Yukata	122
Figura 65 – Ficha Técnica: Baekdu	123

Figura 66 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Baekdu	124
Figura 67 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Baekdu	125
Figura 68 – Ficha Técnica: Chapéu Hwarang	126
Figura 69 – Ficha Técnica: Hanbok Hwarang.....	127
Figura 70 – Ficha Técnica: Bermuda Hwarang.....	128
Figura 71 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Hanbok Hwarang	129
Figura 72 – Ficha Técnica: Kimono	130
Figura 73 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Kimono.....	131
Figura 74 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Kimono.....	132
Figura 75 – Ficha Técnica: Obi	133
Figura 76 – Ficha Técnica: Obi	134
Figura 77 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi.....	135
Figura 78 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi.....	136
Figura 79 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi.....	137
Figura 80 – Pergunta 1.....	138
Figura 81 – Pergunta 3.....	138
Figura 82 – Pergunta 6.....	139
Figura 83 – Pergunta 6.2.....	139
Figura 84 – Vistas Ortogonais da Peça Yukata	140
Figura 85 – Vistas Ortogonais da Peça Hanbok Hwarang	141
Figura 86 – Vistas Ortogonais da Peça Kimono.....	142
Figura 87 – Vistas Ortogonais da Peça Baekdu.....	143
Figura 88 – Vistas Ortogonais da Peça Obi.....	144
Figura 89 – Vistas Ortogonais da Peça Hanbok Ijung.....	145

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Brainstorm.....	74
Tabela 2 – Moodboard.....	75
Tabela 3 – Palavras Conceito.....	78
Tabela 4 – Mix de Produtos	79
Tabela 5 – Mix de Moda.....	80

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	22
1.1.	JUSTIFICATIVA	23
1.2.	OBJETIVOS	25
1.3.	OBJETIVO GERAL	25
1.3.1.	Objetivos específicos	26
1.4.	METODOLOGIA	26
1.5.	ESTRUTURA DO TRABALHO	27
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	28
2.1.	DESIGN DE MODA	28
2.1.1.	Mercado de Moda Virtual	28
2.2.	MODA NA ÁSIA	37
2.2.1.	Japão	38
2.2.2.	Ukiyo-e	39
2.2.3.	Japonismo	40
2.2.4.	Coreia do Sul	46
3.	PROJETO DA COLEÇÃO KIMERA	66
3.1.	PLANEJAMENTO DA COLEÇÃO	67
3.2.	METODOLOGIA DOS 5 Cs	67
3.2.1.	C1 - Consciência	68
3.2.2.	C2 – Contexto	69
3.2.3.	C3 - Coleção	73
3.2.4.	C4 - Confecção	82
3.2.5.	C5 - Comercialização	97
3.3.	A COLEÇÃO KIMERA	100
4.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
5.	REFERÊNCIAS	112

6.	APÊNDICES	116
-----------	------------------------	------------

1. INTRODUÇÃO

A crescente da moda ao redor do mundo nos últimos milênios acompanha os avanços tecnológicos em constante mudança, seja em nossas maneiras de produzir as peças ou no planejamento das coleções utilizando programas digitais. Com tamanhas evoluções e facilidades que antes não eram vistas no comércio da moda, tornou-se muito comum caminhar em direção às novas propostas que compõem o leque de opções na construção das peças. Logo, em linhas gerais, este presente projeto se trata da construção de uma coleção virtual que se fundamenta e se constrói na pesquisa sobre a tradicionalidade dos principais países asiáticos e sua influência na moda, que servirá como base criativa para a concepção visual das peças.

A utilização de culturas tão distintas e do cenário virtual para a criação se deve por conta do crescente uso de inspirações ligadas à natureza e a forte influência dos estilistas dos países asiáticos, que moldam a moda mundial com suas estéticas fora dos padrões, tais como Yohji Yamamoto (Japão) e Minju Kim (Coreia do Sul) e outros artistas. Evidenciando uma forte onda da estética oriental no mercado da moda e impulsionando diversos estudantes e entusiastas do universo da moda a trabalharem e produzirem coleções inspiradas em tais conceitos.

Nesse contexto, as principais influências sobre o ocidente originam-se da música e das produções audiovisuais dessas regiões, perpetuando seu valor cultural globalmente, conforme confirmado na construção do estudo apresentado. Diante da relevância dos grupos de simpatizantes e dos participantes no mercado de moda virtual e cultura asiática, identificamos o desafio exitoso de projetar uma coleção de moda para ser consumida não apenas pelos compradores virtuais e admiradores das culturas contempladas, mas também pelo público japonês e sul-coreano em si. A coleção Kimera, inspirada diretamente nos elementos tradicionais dessas culturas, desde símbolos religiosos até costumes sazonais, visa trazer à superfície as manifestações e comportamentos sociais que permeiam essas sociedades e, mais especificamente, daqueles que fervorosamente as consomem.

Abordando as estações de primavera, verão e a fluidez entre elas, a coleção Kimera não apenas introduz uma perspectiva única ao mercado em ascensão da moda virtual, mas também reimagina a moda tradicional, criando uma dualidade capaz de atrair novos consumidores pelo apelo estético e introduzi-los à riqueza cultural subjacente. A pesquisa aprofundada sobre as culturas, história e referências criativas, embora tenha sido

bem-sucedida com base em fontes bibliográficas, revelou uma limitação na produção de uma coleção de moda virtual, motivando-nos a nos aprofundar ainda mais no tema e contribuir dinamicamente para orientar futuros projetistas de coleções digitais. Buscando, assim, atrair um novo público ou consolidar a base existente na moda virtual, utilizando apelos visuais e identificação cultural. Destacando na moda virtual as inúmeras possibilidades de projeto e manifestação pessoal para projetistas e clientes, revelando a capacidade dessa modalidade de consumo ser tão satisfatória quanto a moda convencional, ou até mais, dependendo do contexto.

Sendo assim, para discutir esse segmento da moda e tornar possível a execução da coleção, o presente trabalho é estruturado em capítulos, estes separados em seções que possuem conteúdos referentes ao tema abordado, concentrando-se em enfatizar a pesquisa bibliográfica e expor os resultados.

1.1.JUSTIFICATIVA

Os fatores relacionados à economia afetam diretamente todos os continentes ao redor do mundo e criam, de tempos em tempos, potências econômicas que são capazes de se desenvolver internamente e influenciar, assim, aspectos socioculturais a partir da exportação de seus próprios produtos. Quando se trata dessa consolidação dentro do espaço socioeconômico mundial, é interessante para o presente trabalho comentar sobre as principais potências do mercado asiático que influenciam os segmentos de moda e entretenimento atualmente, sendo esses aqueles que obtiveram evidente sucesso econômico.

Para abordar o assunto economia mundial, o ponto mais forte seria citar o Japão, que evidenciou seu dramático pico socioeconômico após a segunda guerra mundial até o fim da guerra fria, o chamado milagre econômico japonês ocorreu em torno de 1945 a 1991. Quando, na corrida pela dominação do mercado, os japoneses foram capazes de se estabelecer, a partir do forte avanço tecnológico e grande produção em massa, chamando atenção das potências econômicas ocidentais, que de alguma forma tentaram aplicar o padrão de produção japonesa, evidenciando essa força econômica e cultural nipônica. Fato que corroborou com a o crescimento de uma industrial cultural japonesa o que acabou por criar consumidores fervorosos, desses produtos, tais como animes, mangás, filmes, séries e música.

Quanto aos fatores que dizem respeito à influência do mercado sul-coreano no ocidente, é importante ressaltar a recente onda coreana, como é chamado o fenômeno que define a disseminação de obras e cultura sul-coreana a partir da inserção dos produtos da indústria cultural e apresentam de maneira bastante atrativa a cultura da Coreia do Sul para países geograficamente próximos e até mesmo os mais distantes fora do continente. Tais produtos são principalmente os dramas da televisão coreana e *Kpop*, que apresentam conceitos históricos, contemporâneos e culturais do país para novos adeptos do estilo de vida inspirado no sul-coreano. Nesse sentido, é importante ressaltar, que toda a dominância do mercado cultural por parte da Coreia do Sul se deve bastante à aposta feita pelo governo há mais de duas décadas, que fez com que o investimento repassado em cultura obtivesse o retorno necessário para o desenvolvimento da nação e sua consolidação entre as potências econômicas de primeiro mundo.

O mercado de moda no continente asiático já é bastante consolidado e conceituado quando se trata de exportação e consumo, tanto no lançamento de tendências como na propagação dos estilos de vida e comportamento sociais por meio da mídia. Assim, o povo asiático, com o progresso tecnológico alcançado ao longo do tempo, especialmente por meio dos centros de pesquisa no Japão e na Coreia do Sul, viu a necessidade de desenvolver produtos que atendessem às demandas de um público cada vez mais envolvido no mundo virtual e computadorizado. Isso impulsionou um crescimento significativo no mercado virtual, abrangendo não apenas produtos, mas também residências, espaços e, sobretudo, moda.

Esse mercado virtual se apresenta em uma constante crescente relacionada à movimentação de capital, com a utilização de correntes monetárias e criptografias aplicadas a uma realidade virtual ou aumentada que é capaz de proporcionar aos consumidores uma experiência única no quesito referente a estilo de vida e favorecer o proveito dos mesmos benefícios que os produtos físicos podem proporcionar em escala social, porém com barreiras mínimas em diversos aspectos, como no âmbito social em que a conexão se aplica em apenas alguns segundos com o advento do Metaverso, por exemplo, que em diferentes plataformas as pessoas de diversas partes do mundo usufruem do mesmo “espaço”, já que a realidade se mistura com o virtual, fazendo até mesmo que as conquistas do mundo virtual sejam expostas como *status* no próprio mundo real, sendo assim a utilização da realidade aumentada uma ferramenta essencial na

expansão desse mercado, principalmente o da moda, em que as peças de vestuário existem apenas no virtual, mas são utilizadas em ambientes reais.

Assim, algumas culturas pelo mundo se sobressaem por essa conexão mais incisiva com a natureza e a mitologia que a envolve, como exemplo dessas influências nos dias de hoje estão as nações situadas no leste do continente asiático, mais especificamente Coreia do Sul e Japão, que apresentam sua história e cultura como fundamento da sociedade, influenciando, assim, nos seus principais segmentos de mercado e entretenimento, sejam eles para o público local ou para o público estrangeiro, comercializando sua cultura principalmente por meio da música, do audiovisual e da moda.

Em vista dessa dualidade entre virtualidade e realidade, convergindo cada vez mais esses paralelos, onde há a necessidade de apresentar uma identidade única para cada indivíduo usufruir, expressando suas vontades e interesses, com o objetivo de criar vínculos sociais para o proveito da vida em um espaço totalmente livre para que os próprios conceitos sejam aplicados de forma para um comportamento em sociedade dentro dos espaços virtuais, e por utilizar avatares dentro do mundo virtual e as pessoas no próprio mundo físico, a moda se apresenta como essa principal manifestação, trazendo liberdade para o usuário e para o próprio designer.

Por conta dos aspectos citados anteriormente, foram pavimentados o possível público, inspirações e motivos os quais a coleção de moda virtual é apresentada como proposta de criação favorecendo tais vieses, além de trazer consigo a valorização de ambas as floras e culturas, podendo aumentar o status sustentável da moda em conscientização à preservação da natureza e apreciação da mesma.

1.2.OBJETIVOS

Os objetivos da pesquisa foram:

1.3.OBJETIVO GERAL

Criar uma coleção cápsula de moda composta por peças virtuais, que foram inspiradas pelos países asiáticos Coreia do Sul e Japão, e aplicada às plataformas digitais de jogos e aplicativos.

1.3.1. Objetivos específicos

- Compreender a moda e suas tendências na Coreia do Sul e no Japão;
- Contribuir com estudos sobre a moda digital;
- Identificar percepções do público sobre a moda virtual.

1.4.METODOLOGIA

Neste tópico, serão abordadas informações acerca do tipo de pesquisa e dos procedimentos técnicos empregados na produção deste projeto de coleção. Optamos pela realização de uma pesquisa aplicada, de natureza qualitativa, uma vez que:

[...] além de identificar, analisar e interpretar os fenômenos estudados procura-se identificar os seus fatores determinantes. Isso significa que, além de conhecer o fenômeno de forma mais profunda, busca-se desvelar quais são os fatores geradores de determinada conduta, determinado fato, circunstância (Lorgus E Odebrecht, 2011, p.33).

Dessa maneira, foram conduzidas pesquisas abrangentes sobre o mercado de moda virtual, a moda asiática e contemporânea, e outras temáticas relacionadas ao tema em questão. Os dados coletados foram, assim, minuciosamente estudados e analisados, para que posteriormente pudessem ser interpretados de forma a dar origem à coleção de moda proposta.

Em relação à realização das pesquisas para o referencial, “[...] podem ser, basicamente, bibliográficas, documentais, de estudo de caso e de pesquisa de campo”, e neste projeto foram utilizadas a pesquisa bibliográfica, a documental e a de estudo de campo (Ibid, 2011, p. 33).

Durante a pesquisa bibliográfica, foram consultados uma variedade de fontes, incluindo livros, TCCs, artigos, teses e dissertações relacionados à moda virtual, influências japonesas e coreanas no mercado, moda, jogos digitais e Design. Em relação à pesquisa documental, foram explorados produções audiovisuais, videocliques, vídeos, fotografias e outros. Já a pesquisa de campo desempenhou um papel fundamental na identificação das necessidades do público-alvo dessa coleção.

Para a coleta de dados, foram utilizados questionários. Por isso as entrevistas direcionadas ao público de pesquisa foram aplicadas por meio de formulários *online* (Google Forms), que consistiram em coletar dados de análise relacionados às escolhas criativas e processuais da coleção. As entrevistas, por sua vez, envolvem uma interação

direta entre o pesquisador e o entrevistado, contendo perguntas pré-formuladas. As entrevistas podem ser divididas em duas categorias: estruturadas, com perguntas predefinidas, e não estruturadas, com espaço para mudanças durante a conversa (Lorgus E Odebrecht, 2011).

Além disso, foram adotados em conjunto com a metodologia de pesquisa mencionada acima, a metodologia para o desenvolvimento da coleção de moda desenvolvida por Yorrana Maia (2021) e os painéis de inspiração apresentados por Seivewright (2009).

1.5. ESTRUTURA DO TRABALHO

No que diz respeito à divisão do trabalho, este é composto por quatro capítulos distintos. O primeiro capítulo é a introdução, que abrange a justificativa, o problema, a hipótese, os objetivos gerais e específicos.

No segundo capítulo, é apresentada a metodologia utilizada. E no terceiro é trabalhado referencial teórico, que engloba o Design de moda e a história da moda, explorando seu conceito e sua influência na expressão da identidade dos indivíduos. Adicionalmente, são abordadas as relações entre a moda e a Ásia ao longo dos anos, com ênfase no mercado virtual que é de forte expressão no continente, principalmente nos países Japão e Coreia do Sul. Especificamente, são analisadas a influência da moda tradicional e a moda virtual do mercado contemporâneo dos jogos, bem como a formação e a relevância sócio-cultural dessas manifestações no meio digital. Esse capítulo também destaca as produções virtuais de desenvolvedoras e marcas de roupa relacionadas aos jogos digitais, assim como os vestuários e a influência da cultura tradicional asiática.

O quarto capítulo trata do projeto da coleção, descrevendo as fases da metodologia adotada, abrangendo o planejamento, o design e o desenvolvimento da coleção. Por fim, o quarto tópico abrange as considerações finais deste trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são abordados e explicados os conceitos referentes ao design de moda e moda virtual, desde a sua origem, sua função na sociedade e a aplicação do design, trabalhando aspectos culturais e mercadológicos referentes ao assunto do presente trabalho, mostrando a influência da cultura asiática na moda e sociedade, com o objetivo de explicar ao leitor os conceitos e inspirações utilizados para a construção deste projeto.

2.1. DESIGN DE MODA

Define-se como design de moda a aplicação das metodologias definidas a partir do próprio conceito de design para a concepção de produtos de moda que atendam a demanda dessa indústria. Sendo assim, o design de produto de moda tem a função de aliar a viabilidade econômica e técnica com a criatividade para a criação e confecção de produtos competitivos e adequados à capacidade produtiva da entidade para qual o projeto foi primariamente designado, sendo o planejamento da coleção, uma das etapas mais importantes da produção.

Assim, o design de moda pode ser descrito como uma “especialidade ou área de atuação que envolve a criação, o desenvolvimento e a confecção de produtos da moda e atinge diversos segmentos de utilização, relacionados com o uso de objetos diretamente sobre o corpo” (Gomes, 2006, p.29).

E, assim como as outras áreas abrangidas pelo design, o design de moda tem a mesma proposta e objetivo de alcançar um resultado de produto a partir de uma demanda trabalhada no processo de preparação de um projeto. Como citado nos tópicos anteriores, a moda contribui para o fenômeno social de exteriorização dos gostos pessoais dos indivíduos na sociedade, fazendo com que seja papel do designer se integrar ao mundo da moda por meio da criação e execução de projetos a partir do que for inferido pelo mesmo a partir das técnicas de design supracitadas.

2.1.1. Mercado de Moda Virtual

A moda virtual refere-se a uma tendência na qual o mundo digital e a moda se encontram. É um conceito que envolve a criação, exibição e consumo de roupas e acessórios, em oposição à moda convencional baseada em produtos físicos.

Podendo assumir várias formas, sendo uma delas aquela apresentada em jogos e plataformas de realidade virtual, onde os usuários podem criar e personalizar avatares

com as peças disponibilizadas no meio digital, que podem ser adquiridas ou conquistadas dentro do próprio jogo ou plataforma, permitindo que os jogadores expressem seu estilo e individualidade virtualmente. Além disso, a moda virtual também pode envolver a criação de roupas digitais que existem apenas em formatos digitais, como arquivos *3D* cuja utilização é feita em ambientes digitais, como em fotos, vídeos, filmes ou até mesmo em realidade aumentada, onde as pessoas podem "experimentar" roupas virtuais por meio de dispositivos como smartphones.

Tal segmento de moda tem se tornado cada vez mais popular, especialmente entre os jovens e as gerações mais ligadas à tecnologia, pois oferece uma forma de autoexpressão e experimentação sem as limitações físicas da moda convencional. Além do mais, a moda virtual também tem um apelo sustentável, uma vez que não requer a produção de roupas físicas, reduzindo o impacto ambiental associado à indústria têxtil.

Com o avanço da tecnologia e a crescente interconexão digital, várias vertentes da moda virtual ganharam destaque, sendo cada uma delas rica em suas próprias características distintas e influências culturais, abrangendo uma ampla gama de estilos estéticos e sociais, assim permitindo que as pessoas tenham o poder de explorar diferentes identidades e se expressar de maneiras criativas da forma que se sentirem mais confortáveis. Essa manifestação individual é capaz de transcender as barreiras físicas na moda convencional, oferecendo um espaço infinito para a imaginação e a experimentação estética, porém, ainda sendo um reflexo do nosso mundo em constante evolução, onde a moda não está mais restringida aos limites do mundo real, mas se estende para além deles, abrindo as portas para um reino ilimitado de possibilidades virtuais.

No geral, a moda virtual está presente em diversas áreas em jogos oferece aos jogadores uma forma de autoexpressão e criatividade dentro do ambiente virtual. Ela permite que os jogadores personalizem e estilizem seus personagens e ambientes de acordo com suas preferências individuais, contribuindo para a diversidade e a socialização dentro da comunidade de jogos.

2.1.1.1.Second Life

Ambientes virtuais são conhecidos pela sua praticidade e imersão a um mundo novo, para tal, utilizam de aparatos que transportam os usuários diretamente ao universo digital. Logo, nos últimos anos a evolução tecnológica envolveu os humanos além de seus *pixels*, trazendo ares do nosso mundo real, como as suas construções históricas e suas

cidades famosas. Nisso, o jogo *Second Life*, lançado primeiramente em 2003, surge com a proposta de replicar o mundo em que habitamos fielmente, onde seus consumidores podem explorar a nova esfera virtualmente, construindo e criando patrimônio.

"A criação desta identidade no mundo virtual carrega em si, o poder de se reinventar a qualquer momento e empregar em seu corpo virtual aparatos visuais de acordo com a sua imaginação, e assim, o participante consome ou produz peças de roupas que funcionarão com a mesma conotação do mundo real, modificando a maneira como os outros usuários irão interagir com ele" (Rocha, 2007 - p. 04)

Com o sucesso de *Second Life*, diversas empresas de inúmeros ramos viram como oportunidade de ampliar seus negócios, investindo na tecnologia para o avanço de seus ares e, no ambiente da moda, foi uma opção viável de suas criações ganharem vida. Marcas como *Gucci*, *Adidas*, *Nike*, etc. foram as principais utilizadoras desse recurso para trabalharem em suas coleções.

Dentro desse universo, a criatividade dos *designers* pôde ser estimulada por conta das questões do mundo real não serem um impedimento, desde a escassez de material, texturas, formas e caimento das peças, sendo livre para a criação. Com tal disponibilidade em mãos, os *fashion artists* tiveram dois caminhos aos quais seguir: vestuários inovadores, criativos e inusitados que compõem conceitos inimagináveis no mundo fora do virtual; ou vestuários que estão de acordo com as coleções realizadas na realidade, sendo um complemento visual.

O *Second Life* foi o principal instrumento digital que incorporava o mundo virtual com o real ocasionando um movimento dentro dos jogos que impulsionou as empresas desenvolvedoras e até mesmo marcas de roupas já renomadas a investirem na aplicação do mercado de cosméticos virtuais, sendo o precursor da revolução tecnológica dentro do universo dos jogos e das redes sociais que estamos acompanhando, sendo o responsável pelo avanço dessa integração entre as duas realidades, alterando a forma de interação social.

2.1.2. Moda em jogos digitais

A moda virtual em jogos refere-se à prática de personalizar e modificar a aparência dos personagens virtuais ou elementos do jogo por meio de opções de customização. Tendência que se tornou cada vez mais popular nos últimos anos, à medida que os jogos online e os ambientes virtuais se tornaram mais interativos e socialmente orientados. Os

chamados cosméticos, vendidos em jogos digitais, também conhecidos como "*skins*" ou "itens cosméticos", são elementos estéticos que os jogadores podem adquirir para personalizar a aparência dos personagens, armas, veículos ou outros elementos visuais dentro do jogo. Esses cosméticos não afetam a jogabilidade em si, mas oferecem uma maneira dos jogadores expressarem seu estilo pessoal e se destacarem visualmente. Tais cosméticos podem assumir diversas formas dentro dos jogos, como roupas, acessórios, penteados, cores de personagens, efeitos visuais, entre outros, sendo geralmente adquiridos por meio de uma loja no jogo, onde os jogadores podem usar moedas virtuais ou dinheiro real para comprar os itens desejados.

Existem várias razões pelas quais os jogadores optam por comprar cosméticos em jogos digitais. Em primeiro lugar, eles oferecem uma forma de customização que permite aos jogadores expressarem sua individualidade e criar uma identidade única dentro do jogo. Ademais, os cosméticos podem ser vistos como uma forma de apoio ao desenvolvedor, já que a receita gerada pelas vendas dos itens cosméticos pode ajudar a financiar a manutenção do jogo e a criação de conteúdo adicional.

Alguns itens cosméticos são considerados raros ou exclusivos e podem se tornar itens de colecionador. Isso cria um mercado secundário, onde os jogadores podem comprar e vender esses itens entre si, muitas vezes utilizando plataformas externas ao jogo. Desempenhando forte papel econômico dentro do mercado de jogos.

Figura 1 – Personagens do jogo League of Legends



Fonte: Fashion Bubbles¹.

É importante ressaltar que os cosméticos vendidos em jogos digitais são opcionais e não afetam a jogabilidade em termos de vantagens competitivas. Eles são projetados para serem elementos estéticos e de personalização, permitindo que os jogadores

¹ Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/negocios-industria-da-moda/marcas-de-grifes-lucram-com-games/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

expressem sua criatividade e individualidade enquanto jogam e interagem com outros jogadores.

Com o avanço da tecnologia e a crescente conexão digital, várias vertentes da moda virtual ganharam destaque, cada uma com suas próprias características distintas e influências culturais. Emergindo como um fenômeno emocionante e revolucionário, proporcionando uma nova forma de expressão e experimentação estética, trazendo consigo diversas manifestações socioculturais já presentes na moda convencional e criando novas tendências para tribos sociais que surgem e crescem exponencialmente nos ambientes virtuais proporcionados pelos jogos.

Os ambientes digitais (como os jogos de *RPG*, *Roblox* e *Minecraft*) são aqueles que mais se utilizam no cenário da moda, seja com lojas virtuais ou parcerias. Usando como exemplo, a *Gucci*, em colaboração com o *Roblox*, criou o *Gucci Garden* em seu jogo, para agregar a experiência digital com a realizada na realidade. Inclusive a própria grife *Givenchy* utilizou de cosméticos no jogo digital *Animal Crossing* para divulgação e vendas da coleção feita em parceria com o jogo da *Nintendo*, mostrando como as empresas estão cada vez mais voltando os olhos e investimentos para essa vertente da Moda.

Figura 2 – Peças da Givenchy para Animal Crossing



Fonte: Playztrends².

Sendo assim pode se perceber que a crescente do mercado virtual e popularização dos jogos fazem com que o direcionamento ao público-alvo seja mais abrangente e

² Disponível em: <https://www.rtve.es/playz/20200729/givenchy-maquillaje-animal-crossing/2034020.shtml>. Acesso em: 11 ago. 2022.

transformador, aproximando diversos grupos de pessoas e possibilitando, assim, que suas interações e manifestações de personalidade por meios de cosméticos se tornem cada vez mais livres para todos aqueles que queiram fazer parte de um espaço que permitam aos jogadores se sentirem totalmente confortáveis.

2.1.3. Moda virtual na Ásia

A indústria da moda virtual emergiu como uma tendência significativa na Ásia nos últimos anos, impulsionada pela rápida adoção da tecnologia e a crescente influência das mídias sociais. O Japão e a Coreia do Sul, dois dos principais países da região, têm desempenhado papéis essenciais nessa evolução, impulsionando a inovação e a disseminação de tendências na moda virtual.

No Japão, a moda sempre foi uma parte intrínseca da cultura, e a transição para o cenário virtual foi natural. As marcas japonesas de moda têm abraçado a tecnologia para proporcionar aos consumidores uma experiência única e personalizada. A realidade virtual (RV) e a realidade aumentada (RA) têm sido incorporadas nas lojas online e em desfiles de moda virtuais, permitindo aos compradores experimentarem os produtos antes de fazerem suas escolhas. Além disso, as redes sociais desempenharam um papel crucial na disseminação das últimas tendências, criando uma comunidade engajada de entusiastas da moda virtual, colocando a nação um passo à frente nesse mercado, por conta das tecnologias desenvolvidas no país e, atrelado à música, potência em mercado consumidor, promove a divulgação e expansão desse segmento há anos, como o exemplo da popular Hatsune Miku (初音ミク), *vocaloid* desenvolvida pela *Crypton Future Media* para se tornar uma modelo musical. Desde então, promovida como ídolo musical que realiza shows por palcos através da projeção 3D. Hatsune Miku, em colaboração com a empresa Vanquish.Venus no ano de 2012, participou da coleção lançada pela empresa.

No entanto, o primeiro contato do Japão com o mercado virtual foi nos anos 1990 através da criação da personagem e ídolo Lynn Minmay, esse sendo o primeiro passo dos japoneses em direção ao que viria se tornar em um futuro não tão distante.

Figura 3 – Modelo Virtual: Imma para a Grazia Magazine



Fonte: PR TIMES³.

Com a expansão da tecnologia envolvendo as redes sociais e as novas formas de interação, a empresa *CG ModelingCafe* criou sob a encomenda de “Produtor M” a *influencer digital* Imma, que alcança números significantes em suas redes sociais por conta de suas postagens relacionadas à moda, sempre em pauta devido à grande presença em capas de revistas e em eventos importantes realizados pelas grandes empresas do ramo.

Já na Coreia do Sul, o mercado de moda virtual tem sido impulsionado pela proliferação de jogos online e plataformas de entretenimento. Os jogos de estilo de vida, como os populares “jogos de vestir” (*dress-up games*), têm sido uma fonte de inspiração para muitos jovens coreanos. Essa influência se estende ao mundo real, com a moda virtual refletindo a estética única do país, que combina elementos tradicionais com uma abordagem moderna e futurista. E quando o quesito é o desenvolvimento de *softwares* para moda virtual e simulação de ambientes 3D, voltada para o mercado varejista de modelos virtuais se destacando principalmente pelos investimentos feitos em empresas do segmento, estando “localizadas” no metaverso, o espaço virtual consegue ser capaz de fazer com que o mercado coreano apresente grande desenvolvimento econômico quando o assunto são novas tecnologias. Podemos destacar como principal investimento coreano,

³ Disponível em: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000049507.html>. Acesso em: 11 ago. 2022.

a *CLO Virtual Fashion* que recentemente investiu no desenvolvimento contínuo do *Dtail*, que se trata de uma plataforma capaz de permitir que as marcas de moda planejem e vendam coleções de roupas, vinculando dados e produtos com amostras virtuais em 3D e sincronizados com o ambiente virtual realista e personalizado, sendo este simultaneamente acessado por diferentes usuários no mesmo “espaço” ou não, que eleva o visual e facilita processos de vendas entre empresas. Além disso, o investimento feita pela *CLO*, na desenvolvedora de sistemas *PixelPool*, abre um leque de possibilidades envolvendo inteligência artificial e streaming em um futuro próximo, como foi dito à imprensa, ao fazer o investimento:

“A *PixelPool* oferece uma das melhores experiências de moda 3D através de seus diversos produtos, como showrooms virtuais. Estamos muito empolgados em fazer parceria com eles para ajudar clientes novos e existentes a digitalizar seus processos de ponta a ponta. Fornece aos usuários uma experiência digital perfeita é um dos objetivos da *CLO* como empresa, e a parceria abre um mundo de possibilidades para continuar a tornar esse objetivo uma realidade” (Simon Kim, 2022).

Figura 4 – Companhia Dtail



Fonte: *PixelPool*⁴.

Além de ter fortes desenvolvedoras no mercado virtual, a Coreia investe na influência do *kpop* para alavancar o segmento, produzindo conteúdos musicais e audiovisuais baseados em ídolos virtuais, expandindo a ideia de como o *kpop* pode se parecer num futuro próximo, abrindo espaço para infinitas colaborações e possibilidades. Dentro dessa expansão mercadológica do entretenimento, pode-se destacar o conceito do

⁴ Disponível em: <https://www.pixelpool.com/clo-virtual-fashion-makes-strategic-investment-in-pixelpool-the-company-behind-dtail/>. Acesso em: 15 ago. 2022.

grupo feminino Aespa, que apresenta a ideia de um mundo onde o real e o virtual se encontram trazendo um grupo híbrido entre os membros e suas versões do mundo virtual, as chamadas ‘æ’, que são seres independentes com inteligência artificial que vivem nessa dimensão denominada *FLAT*.

Figura 5 – Girlgroup AESPA



Fonte: G1⁵.

Esse conceito do grupo vai além de criar uma caricatura das *idols* utilizando de suas características físicas e vozes, mas de viver em uma sociedade própria, onde uma vida pode afetar ou não a outra, entrando e saindo de seus respectivos mundos, fazendo amigos e compartilhando informações, interagindo entre o real e o virtual, sendo basicamente a idealização futurista do que está se tornando as redes sociais e realidades virtuais, capazes de criar um meio-termo e até mesmo mesclar as duas vidas.

Outro fator que contribui para o sucesso do mercado de moda virtual nessas nações é a crescente conscientização em relação à sustentabilidade e à responsabilidade ambiental. Os consumidores estão cada vez mais preocupados com o impacto ambiental da indústria da moda convencional

e buscam alternativas mais sustentáveis. A moda virtual, que permite a experimentação e a expressão sem a necessidade de produção física, apresenta-se como uma opção ecologicamente correta.

Ainda assim, alguns desafios persistem, como a necessidade de maior aceitação por parte dos consumidores menos familiarizados com tecnologias emergentes e a

⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/inovacao/noticia/2022/12/12/inteligencia-artificial-o-curioso-fenomeno-das-bandas-virtuais-de-k-pop.ghtml>. Acesso em: 15 ago. 2022.

questão da confiança na qualidade dos produtos virtuais. Além disso, a concorrência entre as marcas para se destacarem em um cenário virtual cada vez mais saturado é uma preocupação em ambas as nações. Em suma, o mercado de moda virtual na Ásia, com foco especial no Japão e na Coreia do Sul, está em constante evolução, impulsionado pela inovação tecnológica, influência cultural e uma crescente preocupação com a sustentabilidade. À medida que a tecnologia continua a avançar e as preferências do consumidor se transformam, a moda virtual continuará a desempenhar um papel crucial na indústria da moda em toda a região.

2.2. MODA NA ÁSIA

A moda na Ásia é extremamente diversa e rica, com várias vertentes e estilos únicos que refletem a cultura e a criatividade da região. Inclusive a o continente asiático tem sido um importante centro de moda há séculos, sendo influenciada e principalmente influenciando tendências globais da moda contemporânea, tendo como seus principais polos os países Coreia do Sul e Japão.

Um dos países mais influentes no cenário da moda asiática é o Japão, conhecido por sua abordagem vanguardista e inovadora. O estilo japonês é caracterizado pela mistura de tradição e modernidade, combinando elementos clássicos com elementos de vanguarda. O Japão é famoso pela sua moda de rua, onde os jovens criam *looks* únicos e ousados, muitas vezes inspirados por subculturas como o *Harajuku* e o *cosplay*.

Já a Coreia do Sul também tem ganhado destaque na indústria da moda nas últimas décadas. O estilo coreano é marcado pela sua estética moderna, elegante e jovem. O *kpop*, gênero musical sul-coreano, teve um papel importante na popularização da moda coreana, com artistas se tornando ícones de estilo e influenciadores de moda.

A tecnologia também desempenha um papel importante na moda asiática, com o uso de tecidos avançados e técnicas inovadoras. Além do mais, a moda sustentável e ética tem se tornado uma preocupação crescente na região, com marcas asiáticas se dedicando a práticas mais conscientes e responsáveis. Em resumo, a vertente de moda na Ásia é extremamente diversa e abrange uma ampla gama de estilos, influências culturais e abordagens criativas. A moda asiática é conhecida por sua originalidade, vanguardismo e capacidade de combinar tradição com inovação, tornando-a uma força significativa no cenário global da moda.

2.2.1. Japão

O Japão é um dos países de maior expressão cultural e tecnológica, responsáveis pela popularização de diversos nichos culturais e urbanos, sendo uma das nações que mais despertam o imaginário por conta de seus traços peculiares envolvendo a escrita, arte, educação, moda etc. É importante salientar que essa difusão de costumes para demais nações se deve pelo ocorrido após a Segunda Guerra Mundial, com a estreita colaboração com empresas multinacionais e o apoio de demais países, em especial os Estados Unidos da América, tendo papel fundamental para a reconstrução do arquipélago, decorrendo no que é chamado como “milagre econômico japonês”.

Por conta de ser um arquipélago de dimensões pequenas e geografia peculiar, o Japão pouco era visto pelo mundo, obtendo seus primeiros contatos com Portugal e Holanda período anterior ao Xogunato Tokugawa (徳川幕府) ou Edo Bafuku (江戸幕府), que foi de 1603 a 1868, onde as relações com o exterior foram cortadas com o intuito de proteger a soberania e cultura japonesa.

Durante os dois séculos e meio de domínio Tokugawa, os Imperadores distanciaram-se progressivamente da vida política. Graças a seu poder militar, os xoguns tornaram-se príncipes hereditários, governando em nome de uma série de Imperadores enfraquecidos. Abaixo dos xoguns, a sociedade era altamente estratificada e legalmente dividida em classes hereditárias: guerreiros, camponeses, artesãos, comerciantes (Anawalt, 2011, p. 198).

O Japão é dividido por momentos históricos, marcados por revoluções culturais, artísticas, religiosas, políticas e pelas recorrentes guerras. Dessa forma, cada era é traçada por inúmeras situações ocorridas no arquipélago, transformações essas que moldaram a forma de pensar do povo nipônico.

Por se tratar de uma cultura milenar, o Japão marcou em sua história, em especial a arte e moda, suas particularidades que a cada era foram criadas formas de concepção. No período Yayoi (弥生時代, 300 a.C - 300 d.C) é claro ainda o imaginário primitivo japonês, com cerâmicas de argila intituladas de Haniwa (埴輪), objetos fúnebres que eram feitos a partir da técnica wazumi (utilização de argila para moldar camada por camada a figura/objeto) para serem utilizados em rituais após a passagem da vida para a morte.

Com o passar das eras é notório as mudanças sociais, econômicas e culturais, influenciando a arte e os costumes da população como um todo. Sendo assim, a transformação decorrente das conquistas do país e das mudanças de imperadores, além da aproximação de nações estrangeiras, visões artísticas foram incorporadas à sociedade.

2.2.2. Ukiyo-e

Para entendermos melhor a moda japonesa, é necessário compreender seu processo de evolução, tanto relacionado aos vestuários tradicionais quanto à mudança de perspectiva e visão social, a partir da criação de termos e conceitos que modificaram o pensar do povo nipônico. Uma das notórias e importantes mudanças vêm de um termo importante utilizado no período *Edo*, o *Ukiyo* (mundo flutuante), que, em linhas gerais, representa o hedonismo e os prazeres fugazes, consistindo em formas e lugares, assim como a arte, o teatro, literatura, caligrafia; transparecendo o ócio da classe elitista japonesa (GUTH, 1998). Como o escritor Asai Ryoi (浅井 了意) escreveu no seu livro *Ukiyo-e Monogatari* (浮世 物語, 1666):

Viver apenas o momento. Entregar-se inteiramente aos prazeres da lua, da neve, das flores de cerejeira e das folhas de bordo; cantar, beber vinho, distrair-se enquanto flutua, flutua; não se importando com o pauperismo em nossa frente, recusando-se a se sentir desmotivado, como uma cuia que flutua, juntamente com a corrente do rio; é o que chamamos de mundo flutuante (Lane, 1979, p.11).

Nesse contexto, de novas culturas e valores sociais, surge o que seria a chamada “escola Ukiyo-e” (imagens do mundo flutuante), que em divergência a ascensão e patrocínio econômico burguês, buscou independência e mais realidade da população, impondo a visão real dos japoneses de seu cotidiano.

Figura 6 – Xilogravuras por Kitagawa Utamaro e Taiso Yoshitoshi



Fonte: MEISTERDRUCKE⁶.

⁶ Disponível em: <https://www.meisterdrucke.pt/epoca/Arte-Asi%C3%A1tica.html>. Acesso em: 13 out. 2022.

Artistas da época, em suma os pintores e gravuristas, utilizavam deste termo e aplicavam em suas estampas, como o célebre Katsushika Hokusai (葛飾 北斎, 1760 - 1849), criador das xilogravuras Trinta e seis vistas do monte Fuji (富嶽三十六景 - Fugaku Sanjūroku-kei, 1831), a qual possui a famosa Grande Onda de Kanagawa (神奈川沖浪裏). Kitagawa Utamaro (喜多川 歌麿, 1753 - 1806), é um reconhecido e aclamado gravurista do final do período Edo, sendo um dos principais no estilo Bijinga (美人画), que são artes com belas mulheres japonesas.

Figura 7 – “Widow” por Kitagawa Utamaro



Fonte: MEISTERDRUCKE⁷.

É evidente que o uso da estampa no vestuário nipônico como um todo é de extrema importância e valorização, sendo um dos principais destaques dos indumentários japoneses, como o Kosode (小袖), uma pequena vestimenta de manga curta utilizada principalmente entre o período Kamakura (鎌倉 時代, 1185 - 1333) ao período Edo (江戸 時代, 1603 - 1867), onde eram representados pelos artistas da época em suas gravuras.

2.2.3. Japonismo

O japonismo é um termo designado a influência de obras japonesas em solos ocidentais dada a onda de exposições realizadas em meados do século XIX. Esse fenômeno foi resultado das exposições internacionais ocorridas em Londres e Paris, na qual, obras e objetos relacionados ao Japão foram exportados, acarretando na expansão da arte nipônica. Essas exposições despertaram grande interesse nas artes japonesas,

⁷ Disponível em: <https://www.meisterdrucke.pt/epoca/Arte-Asi%C3%A1tica.html>. Acesso em: 13 out. 2022.

incluindo pinturas, gravuras, cerâmicas, lacas, têxteis, entre outras formas de arte. Através dessas exposições, o público ocidental teve a oportunidade de entrar em contato com estilos e técnicas artísticas diferentes daquelas com as quais estavam familiarizados. Diversos artistas do período foram influenciados pela “nova cultura” que adentrava em solo ocidental, justamente pelo apelo estético que acompanhava as obras, como exemplo se destaca o *ukiyo-e* e a arquitetura, não esquecendo de mencionar a forte utilização das peças de vestuário. Em suma, o japonismo desempenhou um papel importante na expansão do conhecimento sobre a arte japonesa no Ocidente e teve um impacto duradouro na evolução da arte e do design na Europa e América durante o final do século XIX e início do século XX.

2.2.3.1. Japonismo na moda

Ao longo do tempo, a influência japonesa na moda ocidental continuou a evoluir e se adaptar às mudanças de estilo e tendências. A moda japonesa contemporânea também teve seu impacto no cenário global, com estilistas japoneses renomados ganhando destaque internacional e suas criações sendo exibidas nas principais semanas de moda do mundo. Esse processo de expansão da moda japonesa se deu ao fato de estilistas, que hoje são referências, imigraram para Paris com o intuito de abrir uma loja, no entanto, estabeleceram-se no país e, com suas diferenças estéticas, conceitos surpreendentes e modos díspares de criação, como afirma José Luís de Andrade: "Eles mudaram os conceitos sobre o modo de se vestir trazendo formas esculturais e arquitetônicas para as peças".

2.2.3.2. Moda japonesa

A moda japonesa cresce gradualmente todos os anos e em 2013 faturou cerca de 128 bilhões de euros (aproximadamente R\$ 414.720 bilhões), tornando o Japão o segundo maior mercado de moda, perdendo apenas para a comunidade europeia. Hoje em dia é destaque das vitrines ao redor do mundo, sendo símbolo de inovação e sofisticação.

Todos os milênios de história tornaram o Japão um dos pilares culturais tanto na Ásia quanto no mundo inteiro, refletindo na sua posição como um dos maiores exportadores de tendências em diversos segmentos. Falar sobre a moda japonesa é entender sua história como um todo e sobre os estilos adotados ao passar do tempo, sendo necessário abranger desde as roupas de períodos distantes como da modernidade influenciada pelo ocidente.

O vestuário japonês começou há milênios atrás, mesmo que as pesquisas arqueológicas não sejam concretas sobre como os povos no período Jomon (縄文時代, 13 mil a.C - 300 a.C) se vestiam. Logo, por tais motivos, acredita-se que as roupas utilizadas na pré-história seriam túnicas feitas de pele animal ou de algumas fibras vegetais encontradas na região. Somente na era Yayoi (弥生時代, 300 a.C - 300 d.C) as técnicas têxteis e a sericultura foram importadas para o Japão através da Coreia e da China, recebendo forte influência da última citada tanto culturalmente e esteticamente.

Figura 8 – Kosode em Jidai-Matsuri 2011



Fonte: The Conversation⁸.

Os avanços nas áreas têxteis foram essenciais para a criação das primeiras roupas que hoje em dia conhecemos como tradicionais, essas sendo as chamadas Kosode (小袖). A palavra *Kimono* surgiu na Era Heian (平安時代, 794 - 1185) e era para se referir a qualquer vestimenta. De forma geral, o *Kimono* é junção de duas palavras, *Kiru* (着 - vestir) e *Mono* (物 - coisa), ou seja, “coisa de vestir, roupa”, sendo designado a qualquer vestuário, no entanto, com a chegada da modernidade e dos primeiros estrangeiros o conceito sobre quimono passou a ser referente a qualquer roupa convencional típica dos japoneses. Tais peças possuem diversos estilos e várias ramificações dependendo da ocasião, sendo assim, há diferentes modelos designados para diferentes funções, seja para celebrações ou para referenciar o grau hierárquico de uma pessoa (Sato, 2007).

Com o fim da Era Edo (1603 - 1868) e o início da Era Meiji (1868 - 1912), deu-se o começo da ocidentalização do Japão após a reabertura dos portos. Por tais motivos, novas culturas foram incorporadas à sociedade japonesa e isso é evidenciado nas

⁸ Disponível em: <https://theconversation.com/how-the-kimono-became-a-symbol-of-oppression-in-some-parts-of-asia-188934>. Acesso em: 13 out. 2022.

vestimentas que o povo nipônico passou a utilizar. Segundo o artigo publicado pela Embaixada do Japão, diz-se que:

Após o começo do Período Meiji (1868-1912), os militares, os policiais e as pessoas que trabalhavam para o serviço dos correios adotaram uniformes de estilo ocidental. Isso gerou um ímpeto particularmente forte às grandes mudanças que se produziram com o tempo na maneira de se vestir dos japoneses. Além disso, no princípio do período Meiji, a roupa predominante era o quimono. Para as ocasiões formais os homens vestiam normalmente o *haori* (jaleco tradicional), o *hakama* e os chapéus de estilo ocidental, enquanto algumas mulheres que vestiam ao estilo japonês, começaram a usar sapatos ao estilo ocidental. Essa combinação de estilos japonês e ocidental, como de sapatos com quimonos, ainda pode ser vista na atualidade entre as jovens universitárias durante as cerimônias de graduação. (Embaixada Japonesa).

Esse período de abertura para os estrangeiros alterou o estilo de vida dos cidadãos e essa mudança é mais perceptível por conta da influência dos Estados Unidos e da Europa, o que resultou nos homens usando ternos, camisas, sapatos e com as mulheres utilizando vestidos provindo do Oeste Europeu. Assim, no século XIX surgiu os termos Wafuku para vestuários de origem japonesa e Yofuku para vestuários de origem ocidental (Sato, 2007).

A Era Showa (昭和 時代, 1926 - 1989) foi o período de maior mudança, muito influenciado pelo pós-guerra catastrófico para o Japão, ocasionando em novas maneiras de pensar, tanto relacionados à cultura quanto à estética. A influência do ocidente na forma de se vestir é vista em especial pela ocupação do exército estrangeiro em território nipônico, entretanto, demorou para os japoneses utilizarem vestimentas típicas do ocidente, principalmente as mulheres, mas gradualmente foram vistas usando saias dos “padrões americanos”.

Figura 9 – Xilogravuras por Utagawa Kunisada e Yoshu Chikanobu



Fonte: MEISTERDRUCKE⁹.

⁹ Disponível em: <https://www.meisterdrucke.pt/epoca/Arte-Asi%C3%A1tica.html>. Acesso em: 13 out. 2022.

Na década de 1950, a influência do ocidente ganhou força devido ao fato de que viajar para o exterior era praticamente impossível e com isso a expansão de costumes ocidentais vieram através das televisões. Os japoneses estavam mudando gradativamente com as incorporações de diversas culturas, o que gerou em um crescente pelo gosto do que não era comum no país, atraindo o olhar dos jovens nipônicos.

Nas décadas de 1970/80 se pode conferir a revolução na moda mundial, pois como já dito, o Japão é visto por ser um país excêntrico, de cultura rica e esteticamente peculiar ao qual subverte a ideia de comum ou natural. Essa alteração se deve pelo fato da invasão de estilistas japoneses aos desfiles realizados em Paris, decorrendo no choque cultural do ocidente em relação as mudanças drásticas de aspectos visuais, de formas e de concepção. A recepção dos estilistas ao novo cenário da moda no ocidente acabou os rotulando como “designers japonês”, que por sua vez se tornou contraditório por conta da não aceitação por parte de alguns estilistas.

Nos cinquenta anos desde o fim da guerra a maioria dos grandes designers japoneses – sejam arquitetos, designers de interiores, ou designers de moda – têm veementemente objectado quando estrangeiros rotulam seus trabalhos de “japonês”. Imagino que eles reajam negativamente porque pensam que o rótulo é baseado em algum entendimento superficial da natureza do Japão. Ironicamente, nenhum desses designers pararam de considerar o que se oculta profundamente dentro desse Japão. (Matsuoka em Yamamoto, 2010, p.171).

Por tais razões citadas, pelo avanço através das fronteiras e pelo destaque que o país estava ganhando, Mitsuki (2012) argumenta que os anos 1980 e a intitulada de economia de bolha Japonesa favoreceu para a utilização de designers e suas marcas, ajudando a popularizar e expandir as grifes. Nesse período, é destacado o nome de alguns dos célebres estilistas que foram os responsáveis pela propagação da estética japonesa pelo mundo. Kawamura (2006) separa em 3 grupos tais designers e seus respectivos tipos. Esses são: o primeiro grupo representa a produção similar as produções parisienses, mesmo que no início o choque e estranheza pelas cores e formas utilizadas em suas produções fossem em grande número, as roupas eram aceitas por não se desvirtuar das convenções ocidentais. Kenzo Takada, ilustre e memorável designer representava o primeiro grupo pela sua estética colorida, sendo o primeiro grande estilista do Japão a fazer sucesso em Paris; o segundo grupo é chamado pelo título francês *avant-garde* (vanguarda) e é responsável pela quebra de barreiras demográficas, sendo chamado de “moda japonesa”, pois se fundamentava no novo, no exótico e na quebra do *status quo* da moda, tais quais seus grandes nomes, como Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto e Issey Miyake; o terceiro grupo é baseado nas produções realizadas pela estilista Hanae Mori, a

qual é responsável pelo primor em acabamento em suas obras, considerada a clara representação estética do que é esperado dos artistas de moda japoneses.

É visível a influência da guerra nas produções dos artistas japoneses pois a grande maioria dos estilistas da grande expansão eram sobreviventes ou sofreram com o pós-guerra, embora cada um tenha seguido seu próprio caminho estético, todos acabaram por entregar obras que evidenciam as lembranças. Tendo esses aspectos em vista, a moda japonesa e seu processo de modernização se deu através de mudanças socioculturais que o país sempre passou, seja na era Heian (平安時代), com o emprego de vestimentas vindas de países como a China e a Coreia, ao fim da Segunda Guerra Mundial.

2.2.3.3. Moda Contemporânea

Já não é novidade o caráter multifacetado do que se refere à moda. Deixando de lado toda a necessidade de atender às necessidades básicas humanas para se tornar o reflexo de um povo, sua maneira de expressar a cultura através das indumentárias. E, é claro, o Japão representa muito além de uma simples e ordinária maneira de se vestir, e de forma exótica trazem em suas tribos as suas peculiaridades e diferenciações. Desde sempre, as tribos urbanas que foram surgindo no país representavam a rebeldia de uma nova geração, representava também um novo jeito de pensar e se expressar.

Figura 10 – Miyavi e Mana - sama



Fonte: Overblog¹⁰.

¹⁰ Disponível em: <http://marluuna.over-blog.com/article-miyavi-104711248.html>. Acesso em: 10 nov. 2022.

Sendo assim, os diversos grupos da sociedade surgiram trazendo inúmeras propostas de estética, tais quais atravessam os anos sempre mantendo a alta e evoluindo conforme o mercado. Dentre os vários existentes, alguns se destacam pelas suas peculiaridades e maneiras de se impor perante a antigos costumes. A moda de rua é traduzida pela forma de agir e se concentra em grandes centros, em especial, *Harajuku*, abrigando os principais e mais diversificados grupos urbanos desde o seu *boom* nos anos 90.

2.2.4. Coreia do Sul

A coreia do sul, atualmente, tem expressiva força cultural e mercadológica devido à popularização de segmentos como a teledramaturgia e a música pop, que têm poder suficiente para influenciar comportamentos urbanos e sociais daqueles que os consomem no ocidente e em outras regiões do oriente. Por isso a sociedade e o governo sul-coreano têm o hábito de desenvolver produtos em que há a valorização da própria história e tradicionalidade dentro de conceitos criados para a cultura popular, influenciando diretamente os temas a serem abordados por artistas e designers.

2.2.4.1. Sucesso Econômico

Quando abordado o estudo acerca da exportação da própria cultura para outros países ao redor do globo, é importante ressaltar que esse estabelecimento econômico do país só foi possível em decorrência do investimento do governo na indústria do entretenimento como um plano futuro e a longo prazo, logo após a chamada crise dos tigres asiáticos em 1997, que afetou diretamente o mercado globalizado do país, causando efeito negativo nas indústrias e em seu produto interno bruto. Já em 1998, para ajudar a espantar a crise do ano anterior, o governo passou a incentivar sua indústria criativa, quando o ministério da cultura teve a verba reforçada e ganhou um setor dedicado à cultura popular. E, segundo pesquisa realizada pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica em 2019, devido ao reforço dado pelo governo, o *Kpop* atingiu seu grande “estouro” no ocidente em 2012 com o fenômeno “*Gangnam Style*” do rapper Psy, sendo responsável por fazer com que o entretenimento produzido na Coreia do Sul apresentasse um salto da 30ª para 6ª posição no ranking da indústria fonográfica mundial, entre os períodos de 2007 e 2017.

Figura 11 – Gangnam Style



Fonte: Han Cinema¹¹.

"A Coreia investe na área cultural, porque achou que era um mercado de futuro, que vai trazer resultado. Nos próximos anos, o mercado cultural vai crescer mais que os de Tecnologia da Informação e de automóveis", diz Sang Kwon, diretor do Centro Cultural Coreano no Brasil, a frase define bem como a verba repassada pelo governo coreano aos ministérios relacionados à cultura traz um retorno positivo em lucros, como noticiou a revista Forbes em 2018, quando as três maiores empresas de k-pop subiam, mesmo em um trimestre difícil nas bolsas de Seul, movimentando o mercado com o sucesso dos grupos de k-pop na América do Norte e do Sul.

2.2.4.2. *Hallyu*, a onda Coreana

Conforme mencionado por Mesquita Júnior (2015), no final do século XIX, missionários dos Estados Unidos foram enviados para diferentes locais na Ásia com o propósito de ensinar a cultura ocidental e ao mesmo tempo aprender sobre regiões distantes de sua terra natal. A Coreia, que ainda era uma colônia japonesa na época, foi um dos países que recebeu essas expedições missionárias.

Nos contextos em que os missionários atuavam, Henry Appenzeller, um desses disseminadores da cultura ocidental, introduziu o "Changga": cânticos e canções de origem norte-americana e inglesa do gênero Folk, traduzidas para o idioma coreano. Muitas dessas adaptações criticavam o governo japonês, o que levou à proibição dessas músicas, substituindo-as por canções que exaltavam a cultura japonesa. Esse acontecimento resultou no surgimento do gênero musical Trot.

¹¹ Disponível em: <https://www.hancinema.net/korean-singer-psy-s-song-takes-time-and-itunes-by-storm-46484.html>. Acesso em: 19 dez. 2022.

O gênero musical Trot foi criado nesse período. O Trot é composto por músicas influenciadas pela cultura Americana, utilizando elementos do jazz e do blues, e, principalmente, Japonesa, sendo uma versão adaptada dos Enkas, músicas Japonesas com elementos da cultura Ocidental. (Mesquita Júnior, 2015. p. 27).

Entre os anos de 1910 e 1948, a Coreia estava completamente sob a influência japonesa, e foi nesse período que os alicerces do que hoje é conhecido como pop coreano começaram a ser estabelecidos. Durante essa época, os músicos locais se dedicavam principalmente a traduzir músicas provenientes do Japão para o idioma coreano. Em 1925, foi lançado o primeiro álbum considerado do gênero pop, intitulado "*Yi Pungjin Sewol*" (This Tumultuous Time), com estreia de Park Chae-seon, composto por canções pop japonesas traduzidas para o coreano. Posteriormente, em 1929, foi lançada a primeira música pop coreana, "*Nakhwayusu*" (*Fallen Blossoms on Running Water*), interpretada por Lee Jeong-suk, marcando o início do gênero musical *K-Pop*. (K-POP: A NEW FORCE IN POP MUSIC, 2011).

Após o término do processo de colonização da Coreia pelo Japão e a subsequente divisão do país em Coreia do Sul, anticomunista, e Coreia do Norte, favorável ao comunismo, as tropas americanas se deslocaram para a Coreia do Sul, introduzindo cada vez mais a cultura ocidental no país. E os clubes destinados a esses soldados tornaram-se populares devido às apresentações de artistas norte-americanos, proporcionando aos músicos coreanos a oportunidade de se familiarizarem com outros estilos musicais e impulsionar suas carreiras. Conforme mencionado por Mesquita Júnior (2015), esses músicos coreanos se alistavam para ter a chance de se apresentar nos clubes junto com artistas estrangeiros. Essa interação cultural promoveu o desenvolvimento da música coreana e contribuiu para o surgimento do cenário musical *kpop*, que se tornaria um fenômeno global nas décadas seguintes.

Em função dos fatores citados anteriormente, foi dado início ao fenômeno chamado *hallyu*, a onda coreana no ocidente, influenciando comportamentos, estilos e costumes advindos do país asiático, tal fenômeno consiste em quatro pilares: artísticos, culinários, culturais e produtos de cuidado pessoal.

Entre os anos de 1997-98 a Coreia do Sul foi um dos principais países do mundo a se desenvolver como exportador mundial de cultura popular, sendo uma forma de a Coreia desenvolver seu "*soft power*". *Soft power* é um termo popular cunhado pelo cientista político de Harvard, Joseph Nye (1990), e refere-se ao poder intangível que um país exerce por meio de sua imagem, e não por meio de força bruta. Sendo espalhando

primeiramente para os países vizinhos como China e Japão, depois para o Sudeste Asiático até chegar em vários outros países do mundo, mantendo um forte impacto até hoje. Até mesmo as complicadas relações entre Japão e Coreia foi favorecida com esse impacto, quando no ano 2000 uma proibição de 50 anos de intercâmbio cultural foi parcialmente suspensa, o que melhorou o surgimento da cultura pop entre os dois países.

A expansão do mercado cultural pode ser considerada uma bênção para a Coreia, seus negócios, cultura e imagem do país. Desde o início de 1999, o *hallyu* se tornou um dos maiores fenômenos culturais da Ásia, contribuindo para 0,2% do PIB da Coreia em 2004, totalizando aproximadamente US\$ 1,87 bilhão. Mais recentemente, em 2019, a *hallyu* teve um aumento estimado de US\$ 12,3 bilhões na economia coreana. Nas últimas duas décadas, a Coreia do Sul tornou-se muito rica e muito futurista, pois menos de 50 anos atrás o PIB per capita coreano era menor que o de Gana, porém hoje a Coreia do Sul é a 12ª maior economia do mundo.

Ainda assim, é preciso que a marca Coreia tenha a capacidade de encontrar um equilíbrio entre não comercializar excessivamente a *hallyu*, mas comercializar e construir sua identidade de maneira genuína. O crescimento da onda coreana nas últimas duas décadas foi fascinante e ainda está se desenvolvendo. No futuro, será interessante ver como a Coreia continua inovando e aproveitando o enorme potencial e a popularidade da Onda Coreana para sustentar seu apelo ao público global. Isso poderia aumentar ainda mais o valor da marca nacional da Coreia e contribuir para o sucesso contínuo da sociedade, economia e cultura sul coreana. (Almeida, 2019).

2.2.4.3. Tradicionalidade no entretenimento

Devido ao fenômeno da onda coreana, o entretenimento audiovisual do país tem tido a maior repercussão nos últimos anos, e como reflexo disso, cada vez mais produções tem se voltado para a exportação de sua própria cultura, como é o caso dos dramas baseados em períodos históricos do país em diferentes épocas, porém a mais representada dentro desse segmento é a Dinastia Joseon, que apresenta ao público a Coreia colonial dá uma noção de como era a sociedade coreana numa política feudal em relação à realeza da nação e seus colonizadores.

O *K-drama* intitulado de “*Mr. Sunshine*” (2018), é uma ótima representação de como a Coreia colonial se moldava às vontades dos governantes estrangeiros que controlavam as ações políticas sobre o país, pois apresenta a diferença cultural sobre o

ocidente em comparação à colônia asiática, e o poderio militar que ditava a política sobre os povos colonizados, que estavam no meio do conflito entre os interesses das nações conflitantes de Japão e Estados Unidos.

Figura 12 – Dorama: Mr. Sunshine



Fonte: Revista KoreaIN¹².

Com o aumento desenfreado da popularidade do *kpop* em todo o mundo, há também a importância dada pelos artistas coreanos de valorizar e representar suas origens culturais principalmente para seu público consolidado em território exterior, e, por isso, cada vez mais artistas incorporam os elementos da cultura tradicional em músicas e vídeos, trazendo à evidência características da antiga Coreia, desde a melodia inspirada nas músicas folclóricas com a utilização de instrumentos, até elementos visuais, como símbolos, vestimentas e arquitetura.

A música, desde a remontada econômica coreana tem sido o carro chefe para a apresentação de tudo relacionado à cultura do país, e há alguns exemplos famosos a serem citados, como as reimaginadas raízes culturais no *comeback* do grupo coreano BTS (방탄소년단) com a música “IDOL”, que usa ritmo e instrumentos tradicionais de contar

¹² Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/web-stories/5-k-dramas-baseados-na-historia-da-coreia-do-sul/>. Acesso em: 4 jan. 2023.

histórias musicadas, além de apresentar em sua estética e referências de arquitetura e vestimentas elegantes inspiradas nos antigos *hanboks*.

Figura 13 – Grupo BTS



Fonte: Medium¹³.

Outro grupo que usou o *hanbok* de inspiração para elementos visuais foi o BLACKPINK no *single* “How You Like That” que se destacou por seu videoclipe para os figurinos que apresentavam elementos de diferentes vestimentas tradicionais, como a fênix símbolo da família real e até o símbolo militar *dopo* (도포).

Figura 14 – Grupo BLACKPINK



Fonte: Recreio¹⁴.

Ao falarmos das dinastias e referências artísticas da época, o misticismo se mostra como uma forte influência sobre a cultura coreana, por isso, dentro do *Kpop* existe muita recorrência do tema nos chamados *comebacks*, apresentando muitas vezes contos ou lendas reimaginados com a música e dança atuais, para que esses conceitos utilizem a estrutura da música como forma de contar histórias, e nesse segmento de conceito é

¹³ Disponível em: <https://medium.com/araet%C3%A1/bts-idol-official-mv-40c9cca9e96b>. Acesso em: 4 jan. 2023.

¹⁴ Disponível em: <https://recreio.uol.com.br/noticias/entretenimento/blackpink-anuncia-lancamento-do-segundo-full-album-born-pink.phtml>. Acesso em: 4 jan. 2023.

interessante citar o grupo *Stray Kids* (스트레이 키즈), que além de trazer em sua estética a locação da antiga Joseon, conta uma história inspirada em lendas de duendes e guerreiros antigos na música “Thunderous (소리꾼)”, utilizando elementos das antigas vestimentas militares para compor os figurinos.

Figura 15 – Grupo STRAY KIDS



Fonte: Medium¹⁵.

E, ainda tendo como referência as locações e contos antigos, o conceito do videoclipe da música “Peaches” do solista Kai (카이), originalmente integrante do grupo EXO apresenta uma representação do paraíso utilizando elementos arquitetônicos do período colonial da Coreia do Sul, além de elementos da natureza que estão presentes em todo o conceito do *comeback* e na letra da música, utilizando também vestimentas que fazem referência às criaturas místicas das lendas do mesmo período.

Figura 16 – Kai do EXO



Fonte: Pantip¹⁶.

¹⁵ Disponível em: <https://mapagkunwari.medium.com/a-little-bit-of-noise-never-hurt-nobody-stray-kids-noeasy-f24119d79f88>. Acesso em: 4 jan. 2023.

¹⁶ Disponível em: <https://pantip.com/topic/41126097>. Acesso em: 4 jan. 2023.

E podemos perceber que reimaginar esses conceitos está cada vez mais comum para a cena do entretenimento fonográfico e audiovisual, familiarizando o público estrangeiro sobre a história, lendas e contexto histórico de um povo que tem uma rica cultura e pode explorá-la.

2.2.4.4. História da Moda Sul-Coreana

A moda sul-coreana que conhecemos nos dias de hoje teve seu início no final do século XIX com um entrelaçamento, pois antes desse ponto na história, durante o período Joseon (1392-1897), o *Hanbok* (한복) coreano era a escolha de moda típica, usado por muito tempo pelas pessoas ligadas à realeza, se tornou a peça de vestuário mais importante da nação. *Hanboks* consistiam em uma blusa e calça ou saia folgada, as mulheres usavam *jeongi* (정지), que se caracterizava como uma blusa ou jaqueta, e *chima* (치마) que consistia em uma espécie de saia, e os homens, por sua vez, usavam *jeongi* e *baji* (바지) que são as calças utilizadas na época. *Hanboks* eram de uso diário com versões luxuosas usadas pela elite.

Figura 17 – Representação de Hanbok Tradicional



Fonte: Revista Koreain¹⁷.

Há séculos o *Hanbok* (한복) tem sido forte parte integrante da vida dos coreanos, porém a construção básica do *hanbok* permaneceu a mesma, apresentando duas partes

¹⁷ Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2021/02/o-que-e-hanbok-conheca-tudo-sobre-a-roupa-tradicional-coreana/>. Acesso em: 7 jan. 2023.

separadas como pode ser visto na figura X, porém o design e estrutura sofreu modificações com as respectivas épocas, mudanças culturais e padrões de beleza, devido às influências dos países ligados a sua dinastia, por conta disso o *hanbok* usado pelos coreanos hoje é o mais parecido com o *hanbok* do meio ao final da dinastia Joseon, com tops apertados e fundos mais soltos.

Nesse processo de alterações da moda e referências do período, China, Japão e outros países vizinhos influenciaram uns aos outros. Por exemplo, durante a Dinastia Joseon, estudar no exterior era valorizado e as roupas do palácio real e dos oficiais do reino apresentavam elementos da Dinastia Ming (1368-1644), enquanto os padrões e detalhes das demais roupas exibiam aspectos de estilo e beleza tradicionais. As práticas culturais da Coreia também tiveram forte influência da Yuan China (1271-1368) durante o final da dinastia Goryeo. A tendência era conhecida como *goryeoyang* (고려양), que durou até os primeiros dias da Dinastia Ming. Além disso, durante a Dinastia Joseon, bandanas coreanas para homens chamadas *mangeon* (망건) e saias feitas com pelos de rabo de cavalo eram populares entre o povo da China Ming.

Figura 18 – Evolução do Hanbok com as Dinastias na Coreia



Fonte: Site Koreapost¹⁸.

Durante este período, a maquiagem era feita com materiais naturais e tradicionalmente simples. No entanto, no final de 1800, com a chegada de ocidentais e

¹⁸ Disponível em: <https://www.koreapost.com.br/conheca-a-coreia/historia/historia-hanbok/>. Acesso em: 7 jan. 2023.

influência japonesa, a moda e a maquiagem coreana começaram a perder seu estilo e elementos tradicionais.

Segundo a organização *Asia Society* (2021), apenas a partir do final do século XIX, a Coreia foi passar por um período de modernização que se estende até o começo do século XXI, período que foi chamado de *Gaehwagi* (개화기), o chamado “florescer” em tradução livre, que trouxe mais liberdade para as pessoas da sociedade coreana, também definiu o termo “*hanbok*” para diferenciar suas vestimentas tradicionais das roupas de estilo ocidental, além de que com o advento da chamada Reforma Gabo (갑오개혁) que ocorreu entre os anos de 1894 e 1895, em que a distinção de classes por meio das vestimentas foi enfraquecida e dada à sociedade maior homogeneidade:

"...*durumagi* (두루마기), um sobretudo usado pelos veteranos, tornou-se um grampo para todas as pessoas e em 1895, o costume de *sangtu* (상투), ou um penteado de topete para homens, foi abolido e as pessoas começaram a cortar o cabelo mais curto." (*Asia Society*, 2021).

"...as mulheres tinham mobilidade social limitada em comparação com os homens. No entanto, *Gaehwagi* trouxe um grau de empoderamento das mulheres, levando à simplificação do *hanbok* feminino. *Jangoat* (장옷) e *Sseugaechima* (쓰개치마), que eram usados para cobrir o rosto das mulheres, desapareceram. *Jeogori* (저고리), uma jaqueta curta para mulheres que cobria a parte superior do busto, ficou na altura da cintura e a saia ficou mais larga para facilitar o movimento..." (*Asia Society*, 2021).

Figura 19 – Casal Coreano com vestimentas tradicionais



Fonte: Site Wikiwand¹⁹.

¹⁹ Disponível em: <https://www.wikiwand.com/pt/Hanbok>. Acesso em: 7 jan. 2023.

A moda ocidental no país começou a ser adotada no início do século XX ao ser impulsionada pela ocupação japonesa da Coreia durante as décadas de 1910 e meados da década de 1940, quando o governo colonial japonês promoveu a modernização no país, influenciando o estilo de vida coreana, com homens vestindo ternos e mulheres adotando o chamado estilo “melindrosa” durante a década de 1920.

Figura 20 – Capa da revista Vogue Korea



Fonte: Site Tenue de Nîmes²⁰.

Já no período da Segunda Guerra Mundial, a moda assumiu um padrão mais voltado ao militarismo que perdurou por toda a guerra, a libertação da Coreia do Sul do controle japonês e a Guerra da Coreia, esse padrão é caracterizado por muitas vezes apresentar formas simples e tons de cor escuros, em função da pobreza e da escassez de tecidos na época. Após esse período de guerra na Coreia, a moda se fortificou no país na década de 1950, quando a abertura das portas para o comércio estrangeiro começou a ser instaurada, trazendo fortes influências dos Estados Unidos, dando origem à indústria da moda moderna sul-coreana. E, no ano de 1954 foi aberta a *International Western Clothing Company* em Seul, sendo a primeira instituição a oferecer educação dedicada à moda, expandindo os mercados da capital coreana, *Namdaemun* e *Dongdaemun*, prosperando e produzindo suas próprias roupas.

²⁰ Disponível em: <https://tenuedenimes.com/blogs/news/deepdive-into-korean-fashion-introducing-frizmworx-uniform-bridge-at-tdn>. Acesso em: 10 jan. 2023.

Em 1957, ocorreu o primeiro desfile de moda da Coreia do Sul, revelando para o mundo o trabalho de sua primeira estilista, Nora Noh (노라 노) apresentou uma coleção própria que trouxe à tona a carreira profissional do design de moda para o país.

Figura 21 – Designer de Moda Nora Noh em seu primeiro desfile



Fonte: Fashion Chingu²¹.

Por conta desse novo movimento, segundo a revista *Fashion Chingu* (2021), a movimentação do mercado da moda foi continuada com impulso ascendente na década de 1960, marcando uma nova onda de moda, com roupas mais curtas e despojadas influenciado pelos grandes nomes da música ocidental, como os Beatles. Ao ver esse forte potencial mercadológico que a moda apresentou, o governo coreano focou no aspecto econômico em relação à moda, por isso eram majoritariamente encontradas peças de materiais naturais como a lã, além de limitar o mercado local a vender apenas os produtos feitos no país, fechando o espaço para a importação e vendo de quaisquer produtos advindos de outros países, lançando assim a indústria de moda coreana, que anos depois, em função do incentivo econômico à produção local, recebeu sua primeira revista de moda, a *Uisang* que daria lugar posteriormente para a primeira escola de modelagem profissional, em 1964.

²¹ Disponível em: <https://www.fashionchingu.com/blog/korean-fashion-timeline/> . Acesso em: 10 jan. 2023.

Figura 22 – Modelos posando para a coleção de Nora Noh



Fonte: Site Império Retrô²².

As tendências de moda também sofreram uma certa mudança na forma em que se desenvolveram, assim como a sociedade, na década de 1970, quando o consumidor médio passou a ser o responsável por criar as tendências e impulsionar a moda, já que a modernização dos centros urbanos foi responsável por catalisar o processo de desenvolvimento de marcas de roupa prontas para o uso, além do surgimento de mais marcas e lojas focadas em oferecer canais que encurtassem essa distribuição de novas peças de roupa para o público consumidor. Outro detalhe interessante de ser analisado sobre o comportamento da população coreana, é que, por conta do ambiente severo e conservador estabelecido pelo governo, os jovens começaram a utilizar da moda como arma de resistência e protesto, com acessórios ousados, como grandes brincos de argola e óculos de sol e, para as mulheres, as bainhas também ficaram mais curtas.

Figura 23 – Mulheres Andando em Seul na década de 1970



Fonte: Site Chosun²³.

²² Disponível em: <https://imperioretro.blogspot.com/2016/03/as-origens-do-k-pop-e-da-moderna-moda.html> . Acesso em: 10 jan. 2023.

²³ Disponível em: <https://encr.pw/1rivN>. Acesso em: 10 jan. 2023.

Na década seguinte, 1980, um novo movimento de moda encabeçado por jovens com roupas casuais como camisetas, moletoms e calças jeans se tornaram a moda típica, juntamente com a forte presença de marcas ocidentais como a *Reebok* e a *Nike*, e, simultaneamente, a moda feminina teve um impulso no segmento das roupas de trabalho, devido a sua crescente ingressão de mulheres no âmbito do mercado de trabalho.

Figura 24 – Tendências de Moda coreana na década de 1980

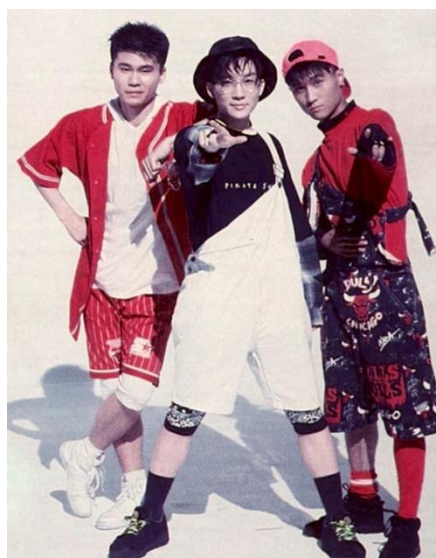


Fonte: Site Nemopan²⁴.

2.2.4.5. Moda Contemporânea

A partir da década de 1990, com influência do mercado ocidental, devido ao plano de reconstrução econômico do governo coreano, começa o movimento do pop coreano (*Kpop*) com o primeiro grupo de *Kpop*, Seo Tae-ji & Boys (서태지와 아이들) liderando a era da moda coreana com fortes referências do estilo *rap* e *hip-hop*, a tendência musical mais forte da época, evidenciando cada vez mais a influência ocidental sobre o estilo de vida da sociedade sul-coreana.

²⁴ Disponível em: https://www.nemopan.com/pan_star/4631656. Acesso em: 10 jan. 2023.

Figura 25 – Grupo Seo Taiji & Boys

Fonte: Site Medium²⁵.

E graças à evidência dos ídolos de *Kpop*, a indústria da moda volta a ganhar notoriedade no país, que usavam dos artistas musicais como vitrine e influência de estilo para a sociedade. Assim, essa mistura de estilos musicais e moda, entre ocidente e oriente, como o grunge, foi adotada pelos jovens como a chamada “moda da resistência”, trazendo cada vez mais reconhecimento internacional para os designers de moda sul-coreanos, com o designer Lee Cinu sendo o primeiro a apresentar uma coleção em Paris.

Figura 26 – Grupo de kpop “H.O.T.”

Fonte: Site Laitimes²⁶.

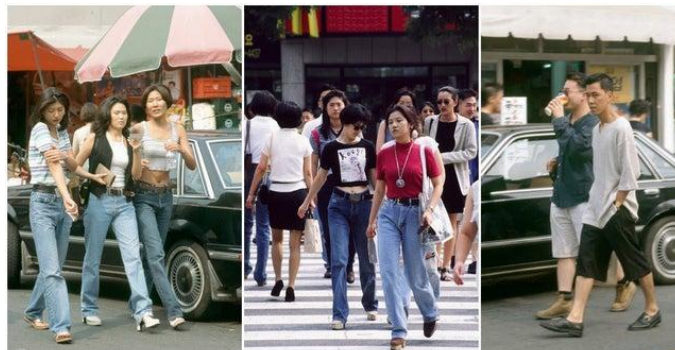
A partir do começo dos anos 2000, com a moda já em evidência, juntamente da cultura pop coreana, ajudando cada vez mais os criadores e designers coreanos a ficar em notoriedade, a *Seoul Fashion Week* se tornou o principal evento para as potências

²⁵ Disponível em: <https://encurtador.com.br/kINW1>. Acesso em: 10 jan. 2023.

²⁶ Disponível em: https://www.laitimes.com/en/article/2h6a_2hfs.html. Acesso em: 7 fev. 2023.

internacionais que voltavam os olhos para a Coreia, fazendo o país se tornar uma das principais referências de moda nos dias de hoje.

Figura 27 – Moda de rua coreana na década de 1990



Fonte: Site Expat Guide Korea²⁷.

Hoje em dia, sabemos que o mercado de moda coreano parou de apenas seguir as tendências e começou a ditá-las, pois o mercado global foi fortemente impactado pela onda Hallyu, que se moldou durante esse período de explosão da cultura pop coreana no mercado da música e audiovisual global, desde o começo dos anos 2000 até atualmente, e tomando conhecimento da potência que as marcas coreanas trazem, o ocidente começou a trazer produtos dessas marcas para suas prateleiras em lojas de varejo como a franquia *Forever 21*, fundada pelo casal sul-coreano Do Won Chang (장도원) e Jin Sook Chang (장소원).

Figura 28 – Loja Forever 21



Fonte: Site Veja Rio²⁸.

²⁷ Disponível em: <https://encr.pw/Az5iK>. Acesso em: 7 fev. 2023.

²⁸ Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/cidade/triste-fim-forever-21-despejada-rio-sul>. Acesso em: 7 fev. 2023.

Além das marcas varejistas, a coreia se destaca também pela alta costura e seus estilistas, que impulsionados pelo *Kpop* e influenciadores ocidentais, se tornaram cada vez mais evidentes com suas marcas de luxo, podemos citar como influentes aqueles estilistas que conseguem evidenciar suas marcas através das personalidades mais próximas do público.

Figura 29 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim



Fonte: Site Business Off Fashion²⁹.

Ao citar as grandes marcas sul-coreanas, é importante lembrar da talvez mais famosa estilista, Minju Kim (김민주), formada pelo *Samsung Art and Design Institute* (SADI) e pela *Royal Academy of Fine Arts* em Antuérpia, a artista fez história ao vencer o primeiro reality show de moda da Netflix, *Next in Fashion*, com sua coleção inspirada em Frida Kahlo chamada *La Casa Azul*, lhe dando a oportunidade de lançar sua própria marca “MINJUKIM” no *Net-a-Porter*.

²⁹ Disponível em: <https://encr.pw/3Rq4T>. Acesso em: 7 fev. 2023.

Figura 30 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim



Fonte: Site Business Off Fashion³⁰.

Além da forte notoriedade ocidental, Kim Min-Ju é conhecida também por seus trabalhos para as maiores estrelas do *Kpop* atual, que impulsiona o segmento de moda coreana incisivamente, evidenciando que esse mercado pode se manter por conta própria durante um bom tempo. Min-Ju trabalhou com artistas importantes da cena da cultura pop coreana, como na criação de peças para o grupo BTS em sua turnê mundial de *Love Yourself* (2018-19), trazendo o pico de notoriedade para a sua própria marca.

Figura 31 – Grupo BTS



Fonte: Pinterest³¹.

A estilista também trabalhou para a criação de figurinos para o grupo feminino *Red Velvet* (레드벨벳 '7월 7일), da gigantesca empresa SM, em 2017, para o clipe musical de *One of these nights*, trabalhando conceitos pouco comuns em clipes de *Kpop*, que são

³⁰ Disponível em: <https://encr.pw/3Rq4T>. Acesso em: 7 fev. 2023.

³¹ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/767511961477362803/>. Acesso em: 7 fev. 2023.

as vestimentas vitorianas, criando uma tendência a ser seguida dentro da própria indústria fonográfica coreana.

Figura 32 – Grupo Red Velvet



Fonte: *Koreaboo*³².

Ao comentarmos sobre como os estilistas coreanos apresentam sua cultura e tradição nos conceitos de moda atualmente, Kim Min-Ju se destaca como a principal referência na utilização desses elementos, desde as formas, cores e modelos, às estamparias tradicionais do período Joseon, como pode ser visto no *hanbok* estilizado na imagem abaixo:

Figura 33 – Look da coleção “Ready to Wear” da Designer de moda Minju Kim



Fonte: Site Business Off Fashion³³.

³² Disponível em: <https://encr.pw/Refjf>. Acesso em: 7 fev. 2023.

³³ Disponível em: <https://encr.pw/3Rq4T>. Acesso em: 7 fev. 2023.

Conceito esse que caracteriza a moda coreana hoje em dia, trazendo uma mistura única da estilização das principais referências culturais e a moda formal e casual, apresentando a excentricidade da estética coreana em diversos segmentos.

Ao longo deste capítulo, exploramos como essas duas nações criaram identidades de moda únicas, influenciadas por sua história, tradições e contexto socioeconômico. Enquanto a moda japonesa é conhecida por sua inovação, minimalismo e fusão de tradição e modernidade, a moda coreana se destaca pela sua elegância, influência da cultura hanbok e uma crescente presença global.

Ambas as tradições de moda compartilham um compromisso com a qualidade e a atenção aos detalhes, e ambas tiveram um impacto significativo na indústria global da moda. No entanto, é importante notar que essas influências não são unidirecionais; a moda coreana e japonesa também foram influenciadas por estilos e tendências internacionais ao longo dos anos. Assim a história da moda coreana e japonesa representa resiliência, criatividade e adaptação às mudanças. À medida que esses países continuam a se destacar no cenário internacional da moda, é emocionante pensar nas futuras evoluções e inovações que eles trarão para o mundo da moda. Esta jornada na história da moda coreana e japonesa nos lembra que a moda é mais do que apenas roupas; é uma forma de expressão cultural que transcende fronteiras e conecta pessoas de todo o mundo.

À medida que exploramos a rica história da moda coreana e japonesa, é evidente que a indústria da moda está sempre evoluindo e se adaptando às demandas em constante mutação dos consumidores e à tecnologia em desenvolvimento. Neste próximo capítulo, embarcaremos em uma jornada emocionante e inovadora que nos levará ao mundo da moda virtual.

A moda virtual representa uma revolução na forma como concebemos, criamos e consumimos roupas. É uma fusão de arte, tecnologia e criatividade que desafia as fronteiras físicas da moda. Neste novo contexto, designers têm a liberdade de experimentar e criar sem limites físicos, enquanto os consumidores podem explorar novos horizontes de estilo e expressão pessoal em um ambiente digital que será trabalhado como alicerce para a criação do Projeto Kimera no próximo capítulo.

3. PROJETO DA COLEÇÃO KIMERA

Neste capítulo, apresenta-se o desenvolvimento do projeto de coleção, fundamentado nos temas previamente abordados. A coleção "Kimera" teve como objetivo retratar algumas das características mais icônicas, famosas e marcantes das vestimentas tradicionais mencionadas anteriormente, assim como das vestimentas contemporâneas, porém trazendo consigo a inovação e liberdade possibilitada através do mercado de moda virtual, com base no público dos jogos. As criações uniram cores e formas reconhecíveis para as pessoas que estão conectadas à tradicionalidade, trazendo formas, grafismos e estampas, assim como para aquelas que as apreciam no âmbito virtual, oferecendo uma abordagem singular e nova proposta ao vestuário.

Quanto à denominação da coleção, o nome “Kimera” (키메라/キメラ), originalmente proveniente da mitologia grega, refere-se à uma criatura mítica que é composta por partes de diferentes animais, combinando características diversas em uma única entidade. Neste projeto de coleção de moda virtual para jogos, o conceito de quimera pode ser aplicado para criar peças únicas e fantásticas, combinando elementos de diferentes estilos, temáticas ou referências culturais. No âmbito social, da moda e tecnológico, o conceito também se aplica de forma coerente quando o projeto trata de se munir dos principais aspectos da moda convencional e virtual, quando aplicado ao mundo dos jogos.

A principal característica da coleção e das escolhas feitas no projeto, estão voltadas à infinidade de possibilidades de experimentação com diferentes materiais, tecidos e texturas, o que também se faz essencial para o conceito quimérico da coleção. Peças de roupa que podem unir seda com couro, renda com vinil, proporcionando uma aparência híbrida e original, destacando a mistura de elementos díspares, diversificando a paleta de cores, com tons incomuns, aplicando estampas e elementos inspirados nas referências e movimentos artísticos das vanguardas asiáticas, e tais combinações incomuns ajudará a criar um visual quimérico e encantador.

Tal qual a esfera virtual possibilita a modelagem das roupas inovadora, com cortes assimétricos, silhuetas incomuns e peças de roupa que combinam diferentes formas e proporções, reforçando a aparência de todas as peças, de forma que o conceito jamais seja perdido.

Segundo Baxter (2003, p. 3), o desenvolvimento de produtos demanda pesquisa, planejamento e a aplicação de métodos sistemáticos. Ademais, é imprescindível que o designer tenha uma compreensão abrangente do processo de concepção de novos produtos.

Diante disso, fica evidente que a obtenção da coleção de moda "Kimera" requer uma metodologia fundamental. Para esse propósito, adotou-se a abordagem de Maia (2021), que abrange pesquisa, planejamento, design e desenvolvimento de toda a coleção. Adicionalmente, os painéis de inspiração propostos por Seivewright (2009) foram escolhidos para auxiliar na representação dos movimentos artísticos e das tendências de moda presentes nos países Coreia do Sul e Japão.

3.1. PLANEJAMENTO DA COLEÇÃO

Conforme defendido por Maia (2021), o "planejamento" abrange muito mais do que a simples concepção ou o processo criativo do design. Ele se estende para abranger a análise da viabilidade produtiva e comercial, bem como a coesão da coleção como um todo. Para esse fim, a participação do designer é fundamental não apenas durante a fase de desenvolvimento inicial da coleção, mas também nas etapas subsequentes, variando conforme cada fase específica.

A atuação do designer de moda e sua avaliação crítica ao longo de todas as etapas do desenvolvimento da coleção tem o objetivo primordial de assegurar que a coleção seja acessível aos clientes por um preço adequado, ao mesmo tempo que transmite a identidade da marca e o conceito subjacente à coleção (Maia, 2021). A etapa de planejamento da coleção envolveu a exploração do tema, a definição dos parâmetros da coleção com sua gama de estilos e produtos, a análise de mercado e a investigação das tendências.

3.2. METODOLOGIA DOS 5 CS

Dentro da atmosfera do Design de Moda, somos constantemente apresentados a criações já bem definidas em seus conceitos e manifestações, porém não são apenas as ideias que irão compor um projeto de moda, por isso, como defendido por Maia (2021), é essencial que haja um planejamento coerente e consistente para que seja extraído o máximo potencial da coleção, desenvolvendo uma visão sistêmica e completa do contexto, uma visão do futuro e estratégica, além de organizar e tornar mais clara cada

fase do projeto, com o objetivo de transformar uma ideia em um produto de boa performance mercadológica.

Sendo assim, a metodologia é dividida no que a autora define como os cinco pilares para criação, planejamento e desenvolvimento de uma coleção autoral, o chamado método 5C, sendo estas etapas: consciência; contexto; coleção; confecção; comercialização. Com o intuito de concretizar o projeto de maneira coerente, as seguintes etapas foram aplicadas no presente trabalho para a criação da coleção “Kimera”.

3.2.1. C1 - Consciência

Compreender a consciência, especialmente no contexto da mentalidade criativa, revela-se verdadeiramente fascinante e desafiador. Segundo Maia (2021), a mentalidade criativa é caracterizada pela disposição e habilidade de pensar de maneira inovadora, encontrar soluções únicas e abordar desafios com uma perspectiva original. Essa abordagem, em sua essência, implica na consciência de si mesmo e do ambiente circundante.

A mentalidade criativa vai além ao incorporar a disposição para explorar novas perspectivas, transcendendo as fronteiras convencionais do pensamento. Portanto, ao buscar aprofundar o estudo sobre a compreensão da consciência, é imperativo adotar a abordagem da mentalidade criativa, que envolve a disposição e habilidade para pensar de maneira inovadora, encontrar soluções singulares e enfrentar desafios com uma perspectiva original.

O projeto Kimera, desde sua premissa, destaca-se pela sua natureza não convencional. Ele se destaca ao utilizar ferramentas tecnológicas como suporte para a criação de peças em ambiente digital, concentrando-se na autenticidade dos autores. Isso evidencia métodos e formas de criação baseados em pesquisas direcionadas ao público-alvo.

O primeiro "C" do projeto refere-se à sua forma primária, que utiliza alternativas tecnológicas com reais potenciais de produção. Destaca-se a capacidade adaptativa desse complexo universo da moda, situado em um cenário digital. A conscientização da interseção entre tecnologia, criatividade e autenticidade define a essência do projeto Kimera, proporcionando uma visão única e inovadora no cenário da moda contemporânea.

3.2.2. C2 – Contexto

Como defendido pela autora, o universo da moda constitui um sistema caracterizado por transformações cíclicas, destacando a evolução dos comportamentos individuais e sociais na sociedade. Nos dias atuais, essa dinâmica de novidades alcançou níveis ainda mais acelerados. O intervalo entre a ocorrência de um evento e sua disseminação foi drasticamente reduzido, resultando em um aumento crescente do desejo por novidades e uma notável diminuição no processo de criação de produtos de moda.

Acabando assim por transcender a lógica convencional, que anteriormente implicava a substituição de um estilo pelo novo, adotando agora a lógica da suplementação, onde o novo coexiste harmoniosamente com o antigo na era em que vivemos, caracterizada por um dinamismo intenso, uma comunicação predominantemente global e fluxos vigorosos de informação que encurtaram o tempo, desfizeram fronteiras e trouxeram consigo um excesso de dados, tornando o cenário contemporâneo incrivelmente fluido. Emergências surgem rapidamente e de forma imprevisível. Portanto, é impossível dissociar a cultura contemporânea das marcas de moda, pois os produtos de moda continuam a ser interpretações e traduções desses cenários em constante evolução.

Adicionalmente, a crescente integração no universo digital altera a relação do criador com o tempo de pesquisa e procura, ao passo que as marcas adotam novas formas de comunicação e interação com os consumidores. Assim, o funcionamento da moda e o papel do estilista na contemporaneidade passam por transformações profundas, guiadas pelas novas velocidades e temporalidades introduzidas pelas tecnologias emergentes. A operação do sistema de moda aponta para diversas possibilidades, orientadas pela busca por linguagens globais sem perder as identidades locais, pela conscientização ambiental e pela adoção de novas tecnologias.

Compreender como esses aspectos se manifestam no mercado, por meio de outras marcas, produtos, serviços e negócios, proporciona uma visão estratégica e um mapeamento dos concorrentes e dos comportamentos de consumo em nosso nicho. Então considerando as dinâmicas e transformações abordadas, é imperativo reconhecer que a pesquisa de concorrentes desempenha um papel crucial no contexto atual do mercado da moda. Em um cenário onde a mesma opera sob a lógica acelerada da suplementação e se adapta constantemente às mudanças culturais e tecnológicas, compreender as estratégias e abordagens de outras marcas torna-se essencial. A rápida evolução das tendências e a

constante demanda por novidades destacam a importância de uma visão estratégica sustentada por uma análise profunda dos competidores. A pesquisa de concorrentes não apenas oferece insights valiosos sobre os produtos, serviços e estratégias de comunicação adotadas por outras marcas, mas também permite uma compreensão mais profunda dos comportamentos de consumo no nicho específico.

A pesquisa de mercado desempenha um papel crucial no desenvolvimento e na sustentabilidade das marcas, proporcionando uma visão abrangente ao coletar informações junto aos consumidores, concorrentes e fornecedores. Este processo de investigação é uma ferramenta valiosa que orienta a tomada de decisões estratégicas, capacitando as marcas a se adaptarem dinamicamente ao ambiente competitivo. Ações concretas, como visitar ou acessar os concorrentes para avaliar seus pontos fortes e fracos, estabelecer diálogos com fornecedores para entender as nuances da cadeia de suprimentos, ouvir atentamente as reclamações dos clientes e até mesmo observar o comportamento das pessoas dentro de uma loja, tornam-se fontes de informação ricas e frequentemente subestimadas pelos proprietários de marcas. Essas práticas proporcionam uma compreensão holística do mercado, permitindo que as marcas identifiquem oportunidades, enfrentem desafios e aprimorem continuamente seus produtos e serviços em sintonia com as expectativas do consumidor e as tendências do setor. Em um cenário de constante evolução, a pesquisa de mercado não apenas se torna uma vantagem estratégica, mas também uma ferramenta essencial para a inovação e a construção de uma base sólida para o sucesso duradouro das marcas.

Em vista disso foi realizada uma pesquisa com o público para compreender dentre os concorrentes diretos do presente projeto, o que seria de maior compreensão, aceitação e familiaridade mercadológica, para que fossem geradas soluções e alternativas de como trabalhar conceitos, estética, nichos e estratégias de *marketing*, para a criação e comportamento da coleção Kimera no mercado. Sendo a seguinte pesquisa construída para conhecer a forma que os possíveis clientes serão introduzidos ao nosso projeto de acordo com as tendências observadas.

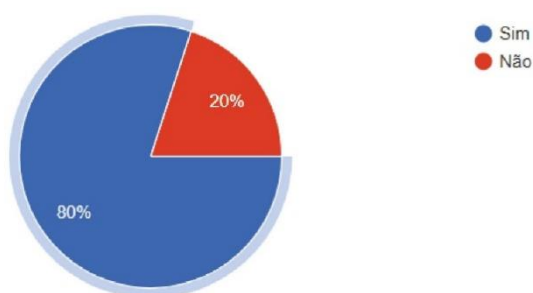
Por isso a condução da pesquisa quantitativa por meio de formulário se destacou como uma ferramenta essencial para compreender os nuances do consumo de moda virtual. Além disso, a pesquisa abrange as preferências de segmento e a receptividade do público em relação às peças de roupa digitais, desempenhando um papel crucial na tomada de decisões para a criação da coleção *Kimera*.

A metodologia da pesquisa envolveu a elaboração de um formulário abrangente, contemplando desde os hábitos de consumo de moda virtual até as percepções sobre a viabilidade das peças digitais. E com uma amostra diversificada de 42 participantes, que frequentam escolas, universidades, mercado de trabalho e fazem uso da internet e de meios digitais como jogos e aplicativos frequentemente, buscamos representar de maneira abrangente a diversidade do público-alvo, seu consumo e dos pontos convergentes entre o mesmo.

Os resultados da pesquisa são reveladores. O gráfico sobre o consumo de moda virtual aponta que 80% dos participantes tem conhecimento desse, destacando a preferência por plataformas de jogos *online* e experiências de realidade aumentada ou virtual.

Figura 34 – Pergunta 2

Você já teve algum contato com peças de moda virtual?

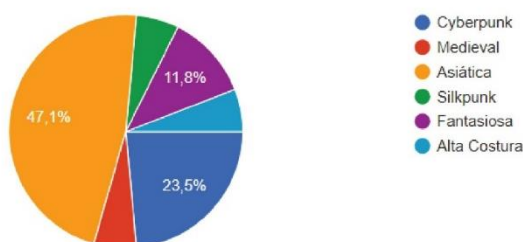


Fonte: Autores, 2023.

Quanto ao segmento mais agradável, a análise dos dados revela uma clara predileção pela estética da moda convencional asiática, com 47,1% dos participantes destacando esse estilo.

Figura 35 – Pergunta 5

Na sua opinião, qual dos segmentos estéticos da moda virtual é mais agradável?

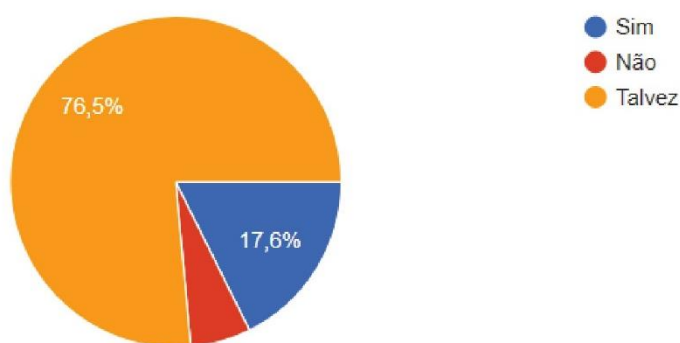


Fonte: Autores, 2023.

Surpreendentemente, a receptividade do público às peças de roupa digitais é notável, com 76,5% dos participantes expressando uma atitude positiva em relação à incorporação dessas peças nos ambientes digitais que estão inseridos, porém ainda com certa incerteza por ser um novo mercado. Mas quando se trata de consumidores de cosméticos digitais mais assíduos, esses se mostram como parte importante do primeiro passo da coleção, representando 17,6% do público entrevistado. Esses insights orientaram diretamente as escolhas de design para a coleção de moda digital.

Figura 36 – Pergunta 4

Você consumiria peças de moda virtual em jogos?



Fonte: Autores, 2023.

No que tange ao impacto na criação da coleção, a adaptação às tendências identificadas foi crucial. As peças foram desenvolvidas alinhadas às preferências do público, notadamente no estilo tradicional japonês e sul coreano. Além disso, as estratégias de marketing e comunicação foram ajustadas para destacar a inovação e a personalização, elementos esses que se fazem fundamentais para promover a coleção no competitivo mercado digital.

Conclui-se, portanto, que a pesquisa quantitativa desempenhou um papel indispensável na criação da coleção *Kimera*, alinhando-a às expectativas do público. Os gráficos apresentados não apenas refletem os hábitos de consumo, mas também indicam aspirações e aberturas do consumidor para novas experiências no universo virtual. Por isso, saber se adaptar às tendências identificadas e desenvolver estratégias de marketing inovadoras são passos fundamentais para o sucesso do presente projeto no dinâmico

mercado de moda virtual. As demais perguntas realizadas no formulário encontram-se no apêndice.

3.2.3. C3 - Coleção

O desenvolvimento de uma coleção de moda está ligado às questões relacionadas ao significado objetivado pelo estilista, ou seja, quais quesitos emocionais que se busca despertar no público-alvo através das peças partidas do conceito antes definido. A designação do termo conceito é apresentada com base na ideia de ser o norteador do processo criativo, sendo o seu escopo completo desde seu princípio. O conceito é uma síntese de um ponto de vista que o estilista escolhe para argumentar seu processo de criação e guiar toda tomada de decisão não apenas relacionada ao produto em si, mas também às formas de comunicação com o mercado, pois ele determina e norteia como as empresas irão se comportar em seus lançamentos, incluindo a quantidade de coleções lançadas durante o ano.

Após a iniciação da coleção de moda, a tomada de decisão torna-se focalizada nos segmentos de mercado que o estilista deseja atingir, considerando as culturas que serão impactadas, o período de lançamento e diversos outros fatores que influenciam o projeto. Nesse contexto, em Kimera se elaborou uma pesquisa criativa de natureza exploratória que investigou temas desde suas concepções mais primitivas até argumentações plausíveis que caibam no contexto da proposta, desempenhando um papel crucial no desdobramento e refinamento dos conceitos pois ditou as direções a serem seguidas.

3.2.3.1 Brainstorming

O termo "*brainstorm*" aplicado a uma coleção de moda refere-se a um processo criativo no qual designers, estilistas e outros profissionais envolvidos na criação de uma linha de roupas se reúnem para gerar ideias, inspirações e conceitos para a coleção. Durante essa sessão de brainstorming, os participantes compartilham suas perspectivas, exploram tendências atuais, discutem influências artísticas e culturais, e colaboram para desenvolver um conceito coeso para a próxima coleção de moda.

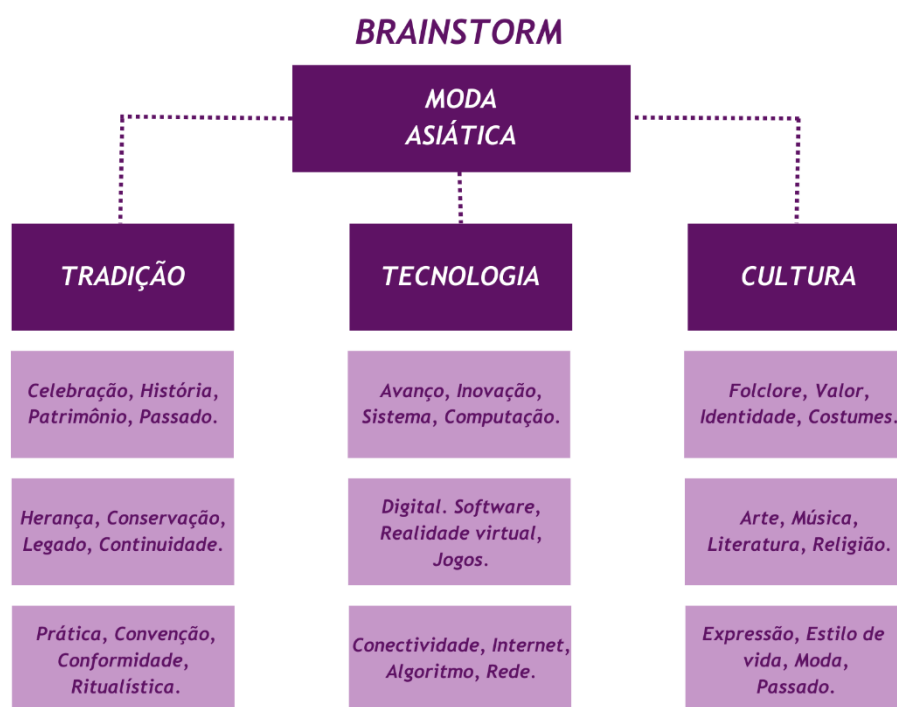
Esse processo ajuda a garantir que a coleção de moda seja coesa, relevante e alinhada com a identidade da marca. Ao reunir diversas perspectivas e insights, o brainstorming pode resultar em uma variedade de ideias únicas que contribuem para a singularidade e apelo da coleção. Essa fase inicial e colaborativa é fundamental para

estabelecer o tom e a direção criativa que serão seguidos ao longo do processo de design e produção da coleção de moda.

E com isso buscamos aplicar as técnicas de brainstorm defendidas por Maia (2021) no livro *Moda-C*, com o objetivo de descobrir, a partir dos conceitos predefinidos

no trabalho, quais seriam os principais pontos a serem trabalhados na concepção da coleção, colocando os em evidência.

Tabela 1 – Brainstorm



Fonte: Autores, 2023.

Como pode ser visto na tabela ilustrativa acima, as palavras e conceitos foram trabalhados de forma a colocar todos os possíveis elementos que constituem a ideia da coleção, que trabalha a moda virtual em intrínseca conexão com a tradicionalidade, aproximando o tangível e o intangível, o real e a ilusão, o passado e o futuro, a carregando de termos que fazem sentido dentro do contexto estudado para a definição do que viria a ser a identidade da mesma, facilitando assim o trabalho de conceituação do projeto.

3.2.3.2 Moodboard

O *moodboard*, ou painel de inspiração, em uma coleção de moda é a ferramenta visual fundamental no trabalho de reunir uma variedade de elementos estéticos, imagens, texturas, cores e influências que servem como fonte de inspiração para os designers durante o processo criativo. Esse quadro visual funciona como um guia conceitual,

Fonte: Autores, 2023.

Ao analisar o painel de *moodboard* podem ser vistas as principais nuances que foram definidas para ilustrar como seguirá o trabalho criativo da coleção, desde as escolhas mercadológicas, até as referências artísticas, viajando entre eles e aplicando essa interconexão de maneira a demonstrar a homogeneidade no campo de ideias do projeto, como, por exemplo, a aplicação simbólica e filosófica das nações Coreia e Japão e suas tradições, a apresentação também do ideal de Quimera, correlacionando-o com a dualidade do mercado da moda que pode gerar satisfação ao usuário de diversas formas ao aplicar uma tendência, seja esta tangível ou intangível, e principalmente mostrar as inspirações artísticas que fazem com que todo o conceito seja representado nas peças criadas, com o objetivo de tornar o conceito uma experiência única para quem tiver contato com a coleção Kimera.

3.2.3.3 Conceito da Coleção

A coleção Kimera não é apenas uma série de peças de vestuário virtual, ela se dispõe também como uma narrativa visual que funde o conceito do mito clássico com a inovação contemporânea, explorando a dualidade, a transformação e a fusão de elementos aparentemente opostos.

Quando se pensa no mito grego, a Quimera é definida como uma criatura híbrida composta por partes de leão, cabra e serpente, e tal combinação única simboliza a fusão de diferentes naturezas e representa a imprevisibilidade e complexidade da vida. Trazendo à tona a filosofia subjacente da coleção Kimera, a qual está enraizada na ideia de dualidade e transformação. Pois assim como a Quimera é uma síntese de elementos diversos, a presente coleção explora a interconexão entre o tangível e o intangível, criando assim o aspecto ilusório que apenas a moda virtual pode trazer ao usuário final. Através da fusão de estilos contrastantes e elementos visuais únicos, a coleção desafia as fronteiras convencionais da moda, convidando os espectadores a contemplar a natureza efêmera e mutável da estética.

Da mesma forma, a coleção busca incorporar a diversidade e a multiplicidade na moda virtual, explorando a interseção entre o físico e o virtual, o antigo e o moderno, para que as pessoas possam, assim, manifestarem seus gostos e referências culturais da maneira mais confortável possível. Visando os pontos supracitados, o presente projeto trabalha a ideia de aplicar elementos inspirados na estética, história e influência artística

dos países Coreia do Sul e Japão, criando um paralelismo tanto entre os elementos semelhantes das duas nações quanto com os próprios conceitos utilizados para a escolha da moda virtual defendida na coleção Kimera, que traz consigo uma carga referencial muito forte em relação aos temas escolhidos de inspiração na cultura coreana e japonesa.

3.2.3.4 Palavras Conceito

Para a concepção mais definitiva dos elementos criativos da coleção, foi criada uma tabela de palavras-chave conceito que, de acordo com Maia (2021), consiste em desempenhar um papel crucial na estruturação da reflexão sobre os elementos de estilo, utilizando as palavras-chave que definem o conceito da coleção como ponto de partida. O preenchimento da primeira coluna da tabela com essas palavras-chave inicia o processo, seguido pela criação de associações de ideias criativas entre as diversas colunas. Esse processo envolve uma transição gradual dos elementos "intangíveis" - como sensações, sentimentos e impressões associados às palavras - para elementos "tangíveis" relacionados ao estilo, como formas, silhuetas, cores, tecidos, aviamentos, estampas e detalhes.

Ao avançar nesse exercício criativo, a intenção é estabelecer uma conexão fluida e inovadora entre conceitos abstratos e elementos palpáveis de moda. A jornada começa explorando as nuances subjetivas das palavras-chave, capturando as sensações e sentimentos que evocam. Em seguida, esse mergulho no domínio intangível orienta a transição para a esfera tangível, onde a expressão visual dos elementos de estilo começa a tomar forma.

A fase criativa dessa abordagem não apenas agrega clareza ao processo de comunicação do conceito, mas também proporciona uma base sólida para a fase subsequente de planejamento do mix de coleção. A transição gradual de elementos abstratos para tangíveis alimenta a capacidade de visualizar e articular como esses atributos conceituais se materializarão nos produtos de moda, orientando assim o desenvolvimento estratégico da coleção.

Tabela 3 – Palavras Conceito

<i>Palavras-chave Conceito</i>	<i>Forma/ Silhueta</i>	<i>Cor</i>	<i>Textura</i>
<i>Jeong (정) (Conexão e Relacionamento)</i>	<i>Hanbok</i>	<i>Azul-rei</i>	<i>Seda</i>
<i>Wa (和) (Harmonia e Equilíbrio)</i>	<i>Kimono</i>	<i>Vermelho Toshibana</i>	<i>Algodão</i>
<i>Han (한) (Resiliência e Perseverança)</i>	<i>Jeogori</i>	<i>Verde Jade</i>	<i>Taupe</i>
<i>Kaizen (改善) (Inovação, Melhoria)</i>	<i>Yukata</i>	<i>Roxo Uji</i>	<i>Linho</i>
<i>Jesa (제사) (Honra e Laços)</i>	<i>Baji</i>	<i>Amarelo Ouro</i>	<i>Ouro</i>
<i>Biyou (美容) (Estética e Beleza)</i>	<i>Obi</i>	<i>Rosa Sakura</i>	<i>Ikat</i>

Fonte: Autores, 2023

Como pode ser observado na tabela acima, todos os elementos foram pensados com o intuito de valorizar a tradicionalidade japonesa e sul coreana de forma a aplicar a utilização de formas, texturas, cores e etc., de maneira que tais elementos se façam vistos nas peças não apenas como referências visuais, mas que ornem com toda essência da coleção.

3.2.3.5 Mix de Produto e Moda

Para a concepção de uma coleção de moda, tenha ela o viés que seja, a autora defende que haja um processo de Mix de produtos geral, e esse processo envolve a concepção de peças que possuam uma abordagem modular, ou seja, que sejam capazes de interagir entre si de maneira harmoniosa, seguindo princípios de complementaridade e repetição. O objetivo é criar um conjunto coeso tanto visualmente quanto comercialmente.

Antes de iniciar o design dos croquis e a criação dos novos modelos, destaca-se a importância de planejar a dimensão da coleção. Isso inclui a definição do número total de peças, categorias, modelos, variações de cores e estampas. Essa etapa de planejamento é baseada na análise das vendas de coleções anteriores.

Sendo assim, o mix da coleção Kimera é dividido em várias categorias, como "tops" (parte de cima), "bottoms" (parte de baixo), "sobreposições" (terceiras peças), "inteiros" (peças completas) e "complementos" (acessórios). A estratégia de desenvolvimento busca criar uma sinergia entre essas categorias, proporcionando não apenas diversidade estilística, mas também uma coesão visual que contribua para o sucesso comercial da coleção como um todo. A análise de dados históricos de vendas desempenha um papel crucial na tomada de decisões relacionadas à composição e escopo do mix da coleção.

Tabela 4 – Mix de Produtos

MIX DE PRODUTOS

PEÇAS	Tops	Bottoms	Inteiros	QUANTIDADE
<i>Blusa</i>	X			2
<i>Calça</i>		X		2
<i>Cropped</i>	X			1
<i>Saia</i>		X		1
<i>Macaquinho</i>			X	1
<i>Robe</i>	X			1
<i>Vestido</i>			X	2
<i>Bermuda</i>		X		2
TOTAL				12

Fonte: Autores, 2023

Já o chamado mix de moda envolve a criação de uma proporção para o número de peças que serão desenvolvidas dentro das três principais famílias de produtos em uma coleção de moda: família básica (produtos de entrada), família fashion (produtos de conexão) e família vanguarda (produtos conceituais).

Na família básica/entrada, encontramos modelos que são praticamente garantia de vendas, sustentando muitas vezes a saúde financeira da marca devido à sua ampla aceitação e familiaridade para os clientes. Esses produtos apresentam um risco menor e é crucial renová-los a cada coleção sem perder a essência original.

A família *fashion*/conexão abrange modelos comprometidos com o conceito da coleção e as tendências da estação em termos de cores, formas e materiais. Estas peças têm um risco médio e geralmente são comercializadas apenas durante a coleção em vigor devido à rápida perda de apelo atrativo.

A família vanguarda/conceitual consiste em peças que reforçam os valores da marca, ancoram o desejo do cliente em consumir outros tipos de produtos e desempenham um papel estratégico na comunicação da marca devido ao seu impacto e capacidade de gerar conexão com o cliente. Essas peças representam uma porcentagem menor da coleção, pois são mais elaboradas, arriscadas e possuem preços mais elevados.

O conceito de família de produtos implica em um grupo de produtos que compartilham elementos de estilo de forma modular, promovendo a ideia de vendas casadas. Elementos de transição e repetição entre as famílias são essenciais para criar conexões e racionalizar o processo de compra de materiais, reduzindo custos de desenvolvimento e produção.

Tabela 5 – Mix de Moda

**MIX DE
MODA**

PEÇAS	<i>Básico</i>	<i>Fashion</i>	<i>Vanguardista</i>	QUANTIDADE
<i>Blusa</i>	0	2	0	2
<i>Calça</i>	0	1	1	2
<i>Cropped</i>	0	1	0	1
<i>Saia</i>	0	1	0	1
<i>Macaquinho</i>	0	1	0	1
<i>Robe</i>	0	1	0	1
<i>Vestido</i>	0	0	2	2
<i>Bermuda</i>	0	2	0	2
TOTAL	0	9	3	12

Fonte: Autores, 2023

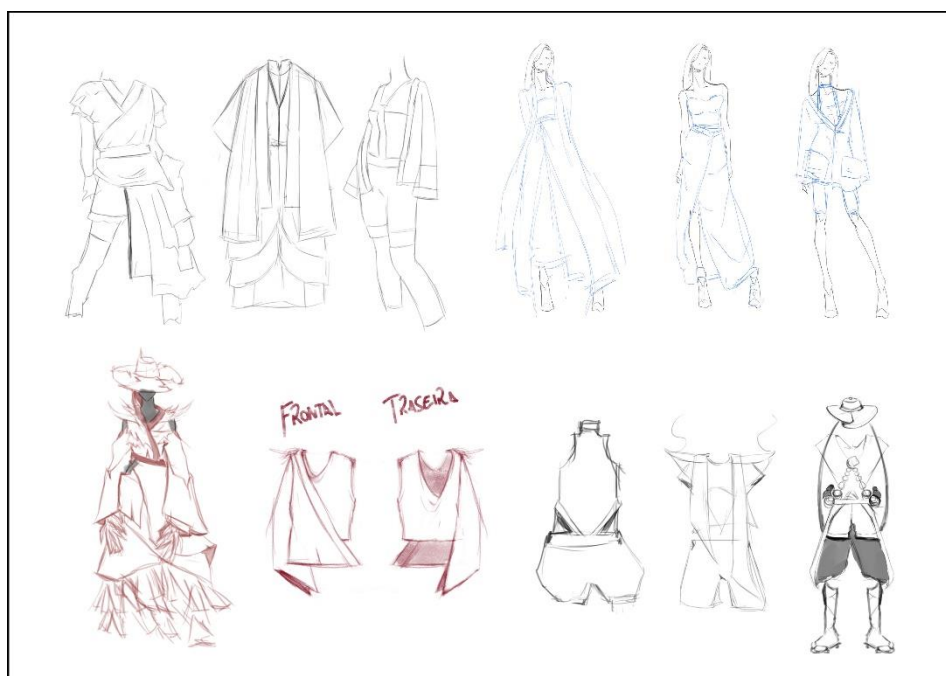
Em vista disso, como pode ser observado acima, a nossa coleção buscou utilizar dessas técnicas como forma de organizar e definir quais seriam as principais

características das peças em si, agregando o valor cultural e sentimental, além do produto com viés monetário, para que a proporção entre tais características seja criada visando justamente essa identificação e sensação de manifestação pessoal.

3.2.3.6 Geração de Alternativas Através de Croquis

A fase de geração de alternativas no processo de criação de uma coleção de moda destaca-se como um estágio criativo e crucial. Inicia-se com a busca por inspiração e uma pesquisa extensiva, onde estilistas exploram tendências, a história da moda e outras fontes para fundamentar o conceito da coleção. Este estágio equivale à fase inicial de esboços, em que ideias são geradas de forma livre e expressiva, destacando silhuetas, formas e detalhes fundamentais sem se prender a detalhes precisos.

Figura 37 – Painel de Esboços



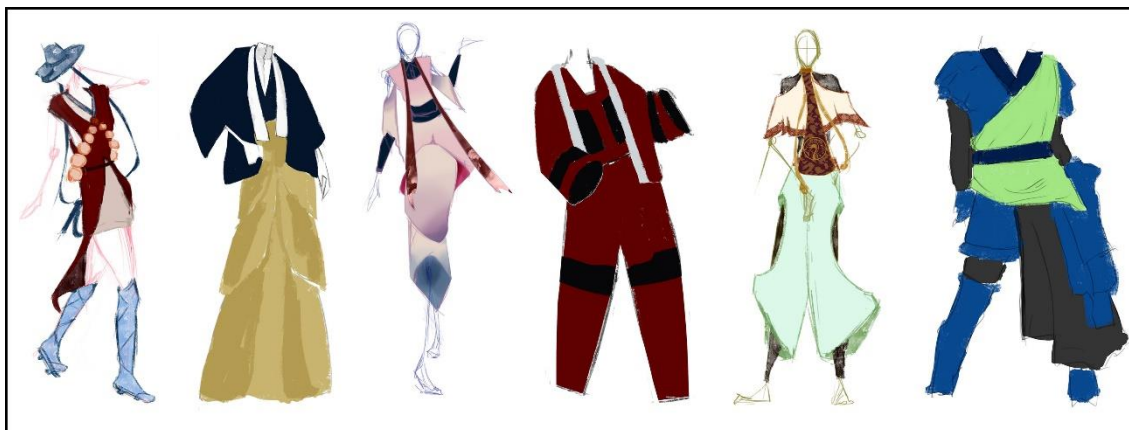
Fonte: Autores, 2023

De acordo com Maia (2021), a escolha de alternativas, garante coesão entre as peças e mantendo a integridade do conceito geral. A partir dessa seleção, os estilistas refinam os esboços, acrescentando detalhes específicos como bordados, estampas e texturas. Isso se assemelha ao processo de refinamento de alternativas, onde detalhes são trabalhados para enriquecer a variedade de opções disponíveis.

A exploração de materiais nesta etapa corresponde à consideração das diferentes alternativas de materiais a serem usados em cada peça. Essa escolha impacta diretamente o resultado final, influenciando textura, caimento e aparência das roupas, semelhante à consideração de alternativas de implementação em outros contextos criativos.

Os croquis, servem não apenas como ferramentas internas, mas também são apresentados à equipe, clientes e para promoção da coleção, analogamente à apresentação de alternativas em diferentes fases do processo criativo. A flexibilidade para iteração e ajustes durante esse estágio reflete a capacidade de evolução e aprimoramento contínuo das alternativas propostas.

Figura 38 – Painel de Croquis



Fonte: Autores, 2023

Em resumo, a etapa de geração de alternativas na criação de uma coleção de moda envolve um processo dinâmico de explorar, selecionar, refinar e apresentar opções criativas, antes de chegar à produção física das peças de roupa. E com esses conceitos em mãos, as alternativas foram esboçadas e refinadas nos croquis para que a escolha criativa dos looks finais fosse a mais coerente possível.

3.2.4. C4 - Confeção

A etapa de confecção em uma coleção de moda representa o momento culminante do processo criativo, onde a visão e conceitos inicialmente concebidos se transformam em realidade tangível. Essa fase abrange a materialização das ideias, começando pela escolha criteriosa dos materiais, tecidos e aviamentos que darão vida às peças. A expertise técnica dos profissionais envolvidos na confecção é fundamental para traduzir os croquis e conceitos em modelagens precisas e, posteriormente, na produção efetiva das peças. Cada detalhe, desde costuras até acabamentos, é cuidadosamente executado para assegurar a qualidade e integridade do produto final, é um casamento entre a visão artística do estilista e a habilidade técnica dos profissionais da indústria da moda. Além disso, envolve uma coordenação minuciosa entre diferentes setores, como design, modelagem, corte e costura. O domínio das técnicas tradicionais e a incorporação de

inovações no processo de produção desempenham um papel crucial para atender às exigências do mercado contemporâneo.

Essa fase não apenas transforma o conceito em vestuário, mas também é permeada pela atenção aos detalhes, garantindo que cada peça não só siga as diretrizes estéticas da coleção, mas também atenda aos padrões de qualidade e funcionalidade, sendo a etapa de confecção o estágio em que a moda transcende a ideia abstrata e se torna uma expressão da criatividade e habilidade, pronta para ser apreciada e usada. Todavia o presente projeto se trata de uma coleção de moda virtual, tais etapas podem ou não se fazer necessárias e por conta disso foram escolhidas algumas para a realização da coleção, sendo estas as etapas de painéis de criação, ficha técnica e confecção.

3.2.4.1 Painéis de Criação

A criação de uma coleção de moda é um mergulho profundo no universo da expressão criativa e da inovação estilística. Desde a concepção inicial até a materialização das peças finais, esse processo exige não apenas talento artístico, mas também uma compreensão perspicaz das tendências, da identidade da marca e das nuances do público-alvo. Nesse cenário dinâmico, os painéis de criação emergem como ferramentas cruciais, desempenhando o papel de guias visuais que auxiliam os designers a traduzirem conceitos abstratos em criações tangíveis. Esses painéis, compostos por uma amalgama de imagens, cores, texturas e referências culturais, transcendem a mera estética, proporcionando um contexto conceitual robusto para a coleção. Este texto explorará a importância vital dos painéis de criação no processo de desenvolvimento de uma coleção de moda, destacando como essas representações visuais não apenas inspiram o design, mas também fundamentam a coesão estilística e a narrativa única que define a identidade da marca.

Segundo Maia (2021) os painéis de criação constituem uma forma de comunicação visual essencial no universo do design de moda, caracterizando-se como portadores de conteúdo significativo, profundamente influenciado por diversos elementos cruciais, tais como cor, tom, textura, dimensão, proporção e suas relações compositivas, todos interligados ao significado que se busca transmitir. Essa forma de expressão visual visa atingir objetivos específicos, seja contar uma história, expressar uma ideia, explicar um conceito, orientar o processo criativo, ou inspirar a equipe envolvida. A composição desses painéis desempenha um papel interpretativo vital, exercendo controle sobre a

reinterpretação da mensagem visual pela equipe ou mesmo servindo como guia para o estilista, evitando desvios nas tomadas de decisão.

Tais painéis têm o propósito de simplificar e apresentar de forma clara as informações de maior relevância, fortalecendo o conceito desejado para o desenvolvimento da coleção. Eles capturam a essência da coleção, exibindo imagens de referência, tecidos, aviamentos, estampas e cores que influenciaram seu processo criativo da coleção. Esses painéis compõem-se de diversos elementos estruturados de maneira organizada, incluindo a capa com o nome da coleção, o release, a ambiência, a cartela de cores, a cartela de tecidos, o painel de aviamentos, o painel de estampa/bordado (quando aplicável) e o painel com os croquis selecionados. Essa abordagem sistêmica visa proporcionar uma visão abrangente e coesa, consolidando os elementos-chave que orientarão todo o processo criativo e garantirão a fidelidade ao conceito da coleção.

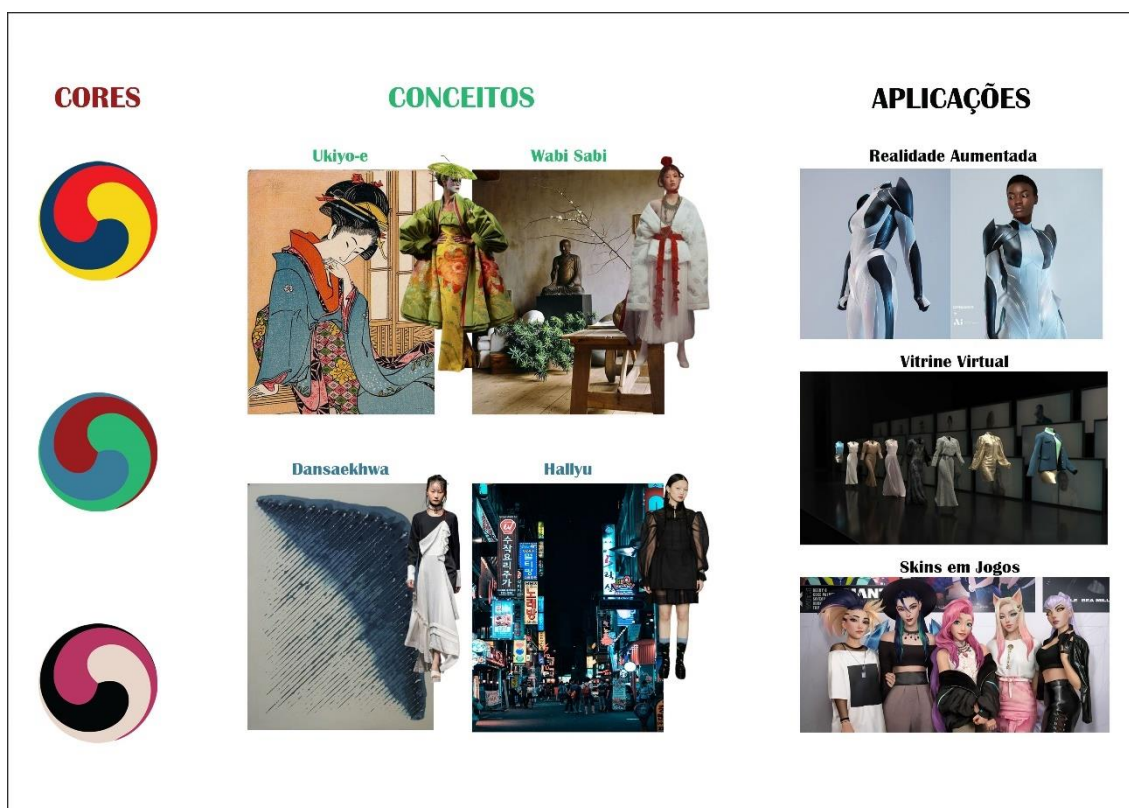
3.2.4.2 Ambiência

Trata-se de uma composição visual que utiliza imagens para interpretar e estruturar de maneira gráfica o conceito em questão. A interligação entre essas imagens transmite a atmosfera da coleção, destacando os elementos visuais fundamentais que constituem e direcionam semanticamente o conjunto de produtos desenvolvidos. Assim, torna-se imperativo transmitir uma mensagem visual apropriada, permitindo-nos visualizar a narrativa contida no release de forma vívida e impactante.

Pode-se considerar que o painel não apenas organiza as imagens, mas também as sintetiza de maneira a criar uma narrativa visual coesa. Cada elemento visual incorporado no painel desempenha um papel crucial na comunicação do *ethos* da coleção, fornecendo uma experiência visual rica e significativa para quem a observa. Além disso, ao contemplar a interconexão entre as imagens, revela-se a essência da coleção e a direção semântica intrínseca aos produtos.

Esta representação visual não é apenas um reflexo estético, mas uma expressão visualmente articulada da história subjacente aos produtos desenvolvidos

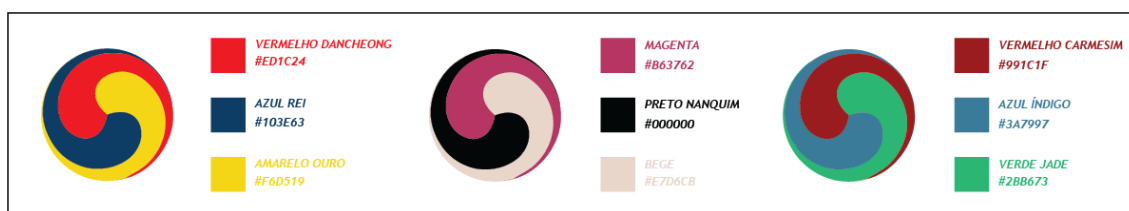
Figura 39 – Painel Ambiente



Fonte: Autores, 2023.

Em resumo, o painel transcende a mera organização de imagens ao se tornar uma narrativa visual envolvente e expressiva, essencial para transmitir a mensagem e a história que permeiam o lançamento dos produtos.

Para compreender melhor como se deu a escolha dos segmentos representados pelas estações, é preciso compreender o conceito do *Obangsaek* (오방색), símbolo coreano que busca mostrar em suas formas e cores o equilíbrio nas estações do ano e elementos da natureza, por isso, o disco central composto pelas cores Vermelho, Azul e Amarelo, que significam respectivamente o Verão, Primavera e Entre Estações, que assim como o conceito coreano, a coleção Kimera busca o equilíbrio tanto nos segmentos entre suas próprias peças quanto no equilíbrio entre os elementos que a compõem para uma realização pessoal e de manifestação entre o mundo virtual e o real, mesclando-se com a natureza individual das coisas.

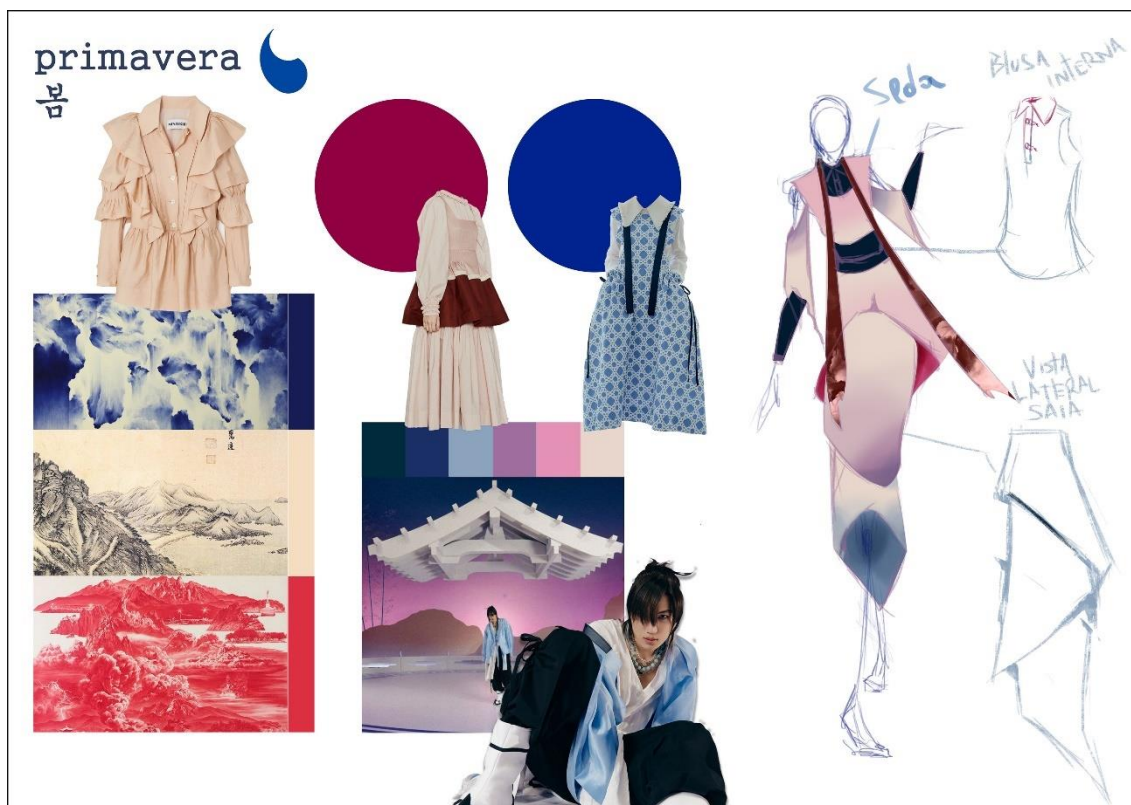
Figura 40 – Paleta de Cores

Fonte: Autores, 2023

Dessa forma foram confeccionados os painéis de criação referentes aos modelos em si, partindo da técnica conceituada por Seivewrigh (2009 p.1) “que podem ser a capa da sua coleção e devem contar a história de sua pesquisa por meio da apresentação de partes selecionadas de informações”. Assim sendo concebidos seis painéis de criação, que foram separados conforme as linhas de inspiração das peças citadas anteriormente, representando as fases da Primavera, Verão e Entre Estações, dois para cada fase.

Para começar, podemos falar sobre as referências utilizadas para ilustrar o segmento “Verão”, que apesar de ser comumente vinculado a vestimentas leves e confortáveis em diversas culturas, o verão assume características singulares quando explorado na moda convencional japonesa e coreana. Essas características distintas refletem as heranças culturais únicas dessas sociedades, constituindo uma fonte rica de inspiração para o segmento de verão da coleção Kimera. Na busca de capturar a essência única dessas tradições, a coleção procura não apenas incorporar elementos estilísticos, mas também preservar a autenticidade cultural que se manifesta nos trajes tradicionais dessas duas influentes culturas asiáticas.

Figura 43 – Pannel de Inspiração Coreano: Primavera

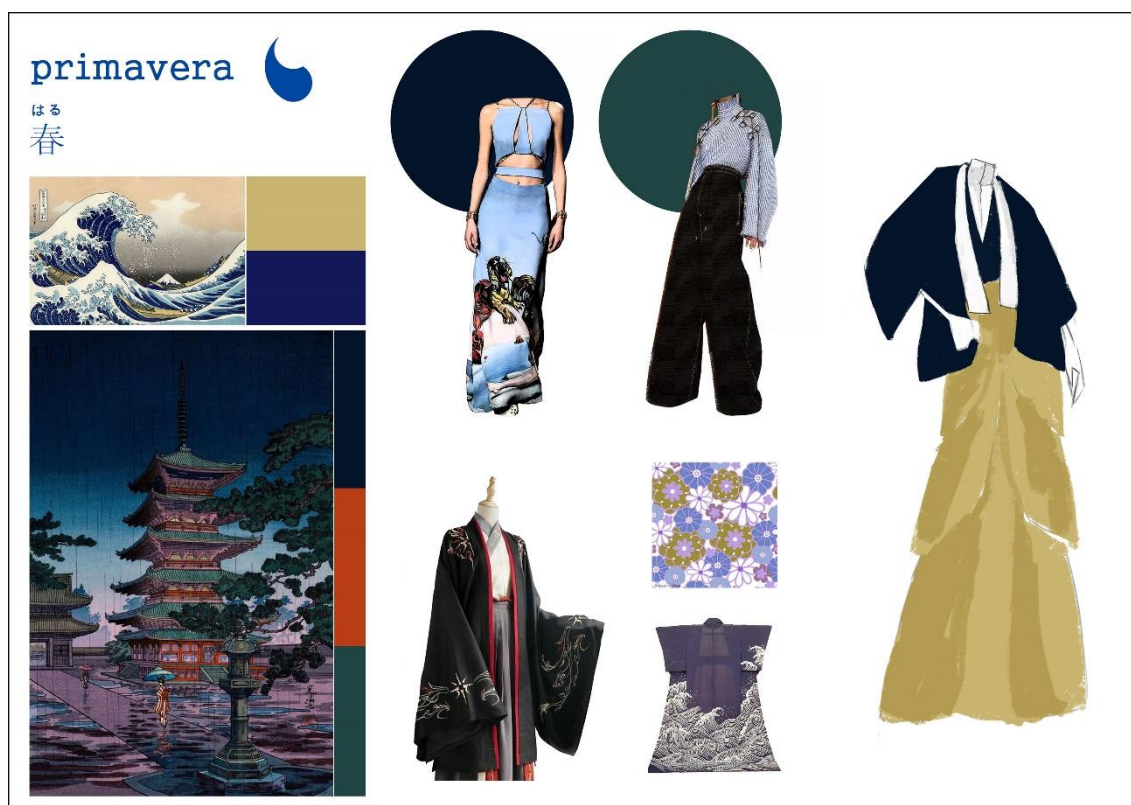


Fonte: Autores, 2023.

No conceito primavera, o olhar se distanciou do que a clássica imagem da estação costuma nos proporcionar e procurou trazer uma visão para além das flores, trabalhando a característica filosófica presente nessa época do ano, sendo uma estação que representa um renascimento e um novo começo na natureza após os meses frios de inverno. Por isso a elevação das temperaturas e a limpeza da região montanhosa se mescla com as doutrinas tradicionais e os movimentos artísticos que se munem desse conceito de elevação espiritual, como o *Dansaekhwa*, ao apresentar uma inesperada leveza em temáticas naturais fortes como montanhas e a própria fluidez da água.

O painel apresenta também as referências visuais das vestimentas usadas normalmente em datas comemorativas e suas estilizações, assim como a paleta formada por cores comumente utilizadas no segmento artístico e cultural do *Hanbok* primaveril.

Figura 44 – Pannel de Inspiração Japonês: Primavera



Fonte: Autores, 2023.

O painel de inspiração para esta peça é uma ode poética à primavera japonesa, uma fusão entre a efervescência da natureza renascendo e a tradição artística do ukiyo-e. Neste cenário visual, a peça se torna um testemunho da beleza efêmera da estação, onde cada detalhe é cuidadosamente escolhido para capturar a vivacidade da primavera.

A paleta de cores é uma sinfonia visual, onde os verdes das folhas novas se misturam com os tons dourados dos portões dos templos. O azul do céu serve como um contraste suave, proporcionando equilíbrio e acentuando a sensação de renascimento que caracteriza essa estação. Essas cores, em conjunto, criam uma peça que não apenas celebra a natureza, mas também é uma representação artística da paleta de primavera.

Portanto, este painel de inspiração é um convite para explorar a delicadeza da primavera japonesa, capturando não apenas os aspectos visuais da estação, mas também a riqueza cultural e artística que a define. A peça resultante é uma manifestação viva e sofisticada desta estação efêmera, uma representação do renascimento da natureza e uma celebração da beleza que permeia o tecido cultural japonês.

Figura 45 – Painel de Inspiração Coreano: Entre Estações



Fonte: Autores, 2023.

As estações do ano, cada uma com suas características distintas, evocam uma filosofia intrínseca que reflete a natureza cíclica da vida e as nuances perpétuas do tempo. Essas estações formam um ciclo interminável, cada uma contribuindo para a riqueza e a complexidade da existência. A filosofia que emerge desse ciclo é a da aceitação da mudança, a apreciação do presente e a compreensão de que a vida, como as estações, é uma jornada dinâmica e contínua. Por isso o painel relacionado à transição de tais estações tenta aplicar a identidade passagem, entre o tradicional e o contemporâneo, entre natural e o manual, relacionando a identidade da cultura sul coreana com a vida de uma forma geral, utilizando formas e cores que remetam às principais manifestações cotidianas das pessoas que vivem a atmosfera dessa nação.

Figura 46 – Painel de Inspiração Coreano: Entre Estações



Fonte: Autores, 2023.

O conceito por trás deste painel é intrinsecamente inspirado nas casas japonesas e na dinâmica das quatro estações do ano, desencadeando uma fusão harmoniosa entre a arquitetura tradicional e a natureza em constante metamorfose, procurando imergir o observador em uma experiência estética que abraça a riqueza cultural e a efemeridade das mudanças sazonais.

A silhueta cuidadosamente delineada é concebida como uma expressão fluída e atemporal, cuidadosamente moldada por linhas limpas que ressoam com a harmonia das formas arquitetônicas presentes nas casas japonesas. Cada curva e contorno buscam evocar a serenidade encontrada nessas estruturas, transmitindo uma sensação de equilíbrio e elegância que se entrelaça com a própria essência das residências japonesas.

A paleta de cores selecionada desempenha um papel crucial, servindo como uma evocação artística das distintas estações do ano. Cada matiz escolhido é uma representação intencional das nuances temporais, capturando os tons específicos que caracterizam primavera, verão, outono e inverno. Dessa forma, a obra não apenas se manifesta como uma representação estética, mas como uma exploração cromática que convida a uma jornada sensorial através das mudanças das estações.

3.2.4.3 Fichas Técnicas

Como inferido por Maia (2021), a ficha técnica assume um papel fundamental no planejamento de uma coleção de moda, sendo um documento essencial na comunicação entre o estilista e os profissionais envolvidos na confecção. Essa ferramenta desempenha um papel abrangente, impactando áreas cruciais como compra, estoque, qualidade, tempo e custo de cada peça produzida.

A execução da modelagem, criação da peça piloto, cálculo do preço de venda e controle da produção são etapas que se desdobram a partir da ficha técnica. Além disso, ela desempenha um papel central no planejamento de compras de insumos, como tecidos e aviamentos necessários para a fabricação, sendo essencial para garantir a conformidade com o design original.

A ficha técnica atua na garantia de sucesso no processo de confecção e assegura que a peça fabricada esteja alinhada com o concebido. Evitando, assim, situações como a compra inadequada de materiais, falta de controle de estoques e erros na produção, que poderiam impactar significativamente os lucros e a qualidade do produto final.

O desenho técnico de moda, uma representação gráfica detalhada e bidimensional de uma peça de roupa, é uma componente essencial, fornecendo dimensões, proporções e detalhes cruciais para o processo de modelagem e produção.

Em síntese, a ficha técnica normalmente é personalizada de acordo com a marca, assim contendo informações imprescindíveis para o bom andamento da confecção, como identificação da marca, nome e período da coleção, número de referência, identificação do produto, descrição detalhada com procedimentos de fabricação, listagem de tecidos e aviamentos (incluindo informações de fornecedores e custos), desenho técnico frente e costas e observações. Visando a informação de confecção das peças, a coleção Kimera apresenta duas fichas técnicas diferentes, uma para a visualização da peça nas vistas frontal e traseira, e a outra para a visualização do padrão bidimensional utilizado para a confecção 3d dos modelos, em virtude de ser uma coleção de moda virtual e digital. Como pode ser visto no apêndice deste projeto.

3.2.4.4 Confecção

De acordo com metodologia de Maia (2021) a confecção é um processo crucial em que o profissional responsável, conhecido como modelista, transforma as ideias concebidas nos croquis e desenhos técnicos em moldes. Esses moldes são fundamentais

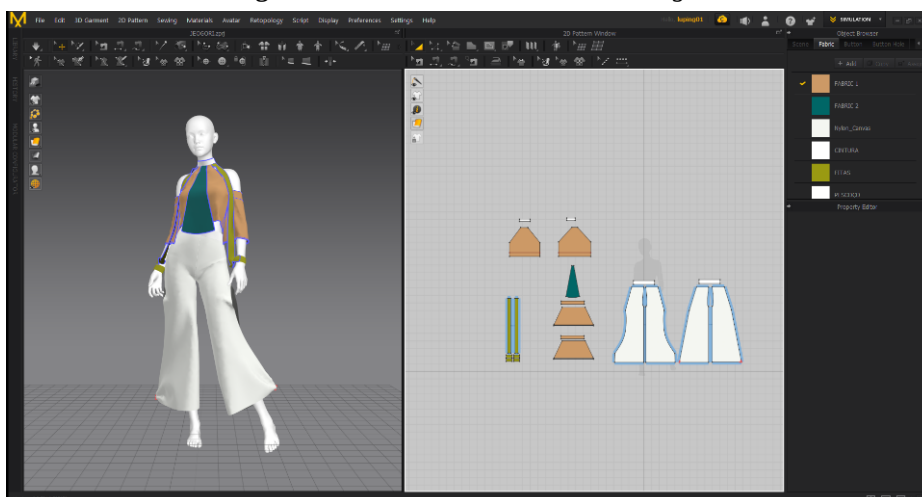
para a fabricação das peças de vestuário, pois são utilizados para cortar os tecidos de maneira específica, permitindo assim a transformação dos materiais em produtos acabados. Em resumo, a modelagem é uma fase essencial que conecta a concepção inicial das peças à sua materialização concreta durante o processo de produção de vestuário.

No processo de manufatura de vestuário, destaca-se uma etapa de extrema relevância, a elaboração da modelagem de uma peça. Nessa fase, o designer desempenha um papel crucial ao interpretar e concretizar as ideias concebidas nos croquis e desenhos técnicos, e ao se tratar de uma coleção virtual, esse trabalho é adaptado de acordo com as condições nas quais ele se encontra.

Por isso foi utilizada das técnicas convencionais de criação, as etapas de desenho e configuração das peças para produção, porém para a confecção em si de peças que existem apenas em âmbito digital, o processo de confecção se torna outro, já que não existe custo com materiais tangíveis, as etapas são semelhantes em questão de ordem, mas as técnicas são diferentes, por isso a coleção Kimera apresenta também uma forma de tornar confeccionável uma sequência de peças virtuais por meio de programas de modelagem digital, podendo ser vista em detalhes por pessoas em qualquer lugar do mundo, criando assim um contato direto do público com a peça final já em primeira mão dentro do ambiente ou jogo digital que ela estiver disponível para compra.

O primeiro passo é elaboração do molde, que no caso desta coleção foi feito diretamente no *software* Marvelous, que possibilita a criação do molde e visualização do caimento da roupa em tempo real, mostrando ao designer como ficará a peça no manequim.

Figura 47 – Interface do *Marvelous Designer*



Fonte: Autores, 2023.

Assim, o programa, além de possibilitar a criação do molde, é capaz de modelar o protótipo em si para posterior finalização externa, pois com o artifício de visualização em tempo real, as percepções do projetista e alterações no molde primário podem ser ajustadas diretamente na peça, sem que sejam perdidas quaisquer características da peça, apenas ajustando suas proporções e padrões na tela de molde, o chamado *2D pattern*, que pode ser observado na imagem acima.

No caso das peças deste projeto, houveram mudanças de proporções e características de espessura com base nos materiais que o programa disponibiliza para utilização, pois algumas peças tiveram o comportamento diferente do esperado no ambiente virtual, então por conta disso algumas adaptações técnicas durante a confecção foram feitas, mas estas estão mais relacionadas à limitações do próprio programa, então as roupas continuam sem fugir da ideia principal das mesmas, mantendo as formas e silhuetas sempre coerentes à coleção.

Ao ser criado o molde, aplicada a simulação de costura, espessura e física das roupas, o programa foi utilizado para criar também a simulação das peças no manequim humano, que vai ser utilizado como modelo base para a confecção da peça final e a aplicação de materiais, já que o *software* foi utilizado para a confecção dos modelos e para os ajustes necessários em proporções e caimento.

Então como pode ser inferido, as peças, que foram confeccionadas de forma sequencial e sistemática com base nos desenhos de croquis e técnicos, são agora nossos primeiros protótipos finalizados para a confecção do produto em si.

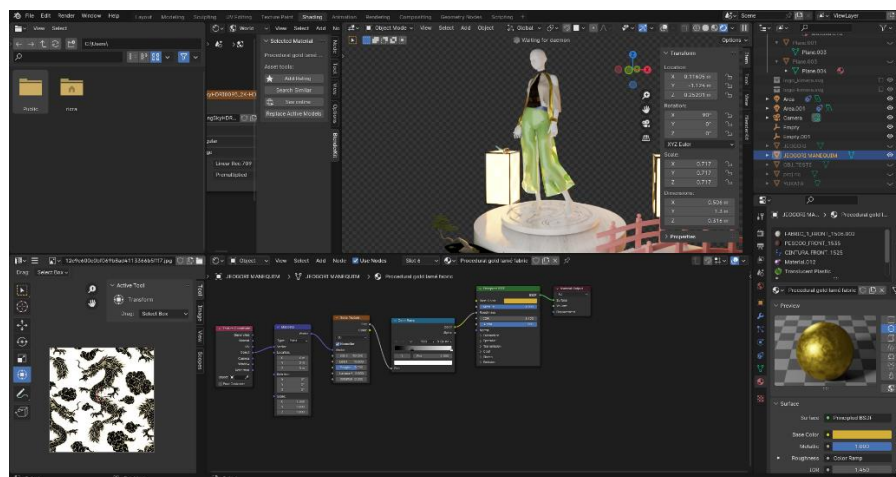
Figura 48 – Modelos em 3D no *Marvelous Designer*



Fonte: Autores, 2023.

Já para a finalização dos modelos em si, foi utilizado o *software* de modelagem 3D chamado Blender, que por sua vez viabiliza a confecção das peças com a aplicação das texturas, materiais e estampas dentro do próprio ambiente virtual, além disso, os recursos de texturização do Blender permitem adicionar detalhes realistas aos modelos 3D, como padrões de tecido, texturas e cores. A pintura digital também é utilizada para personalizar ainda mais os designs.

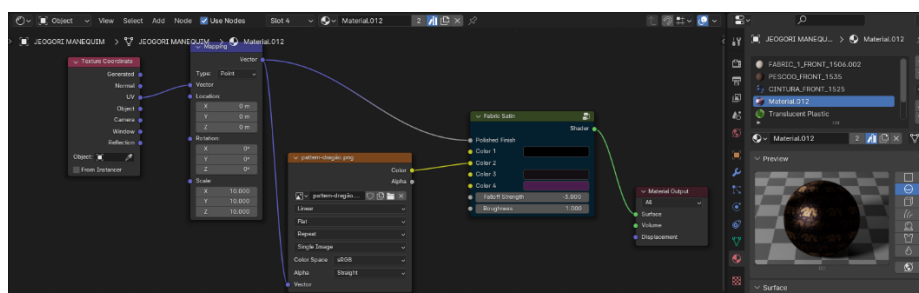
Figura 49 – Interface de Renderização no Blender



Fonte: Autores, 2023.

Durante a aplicação de texturas e materiais podemos visualizar como ficará o produto final e ajustar as peças sem grandes perdas, então todas as peças foram finalizadas e refinadas nessa etapa.

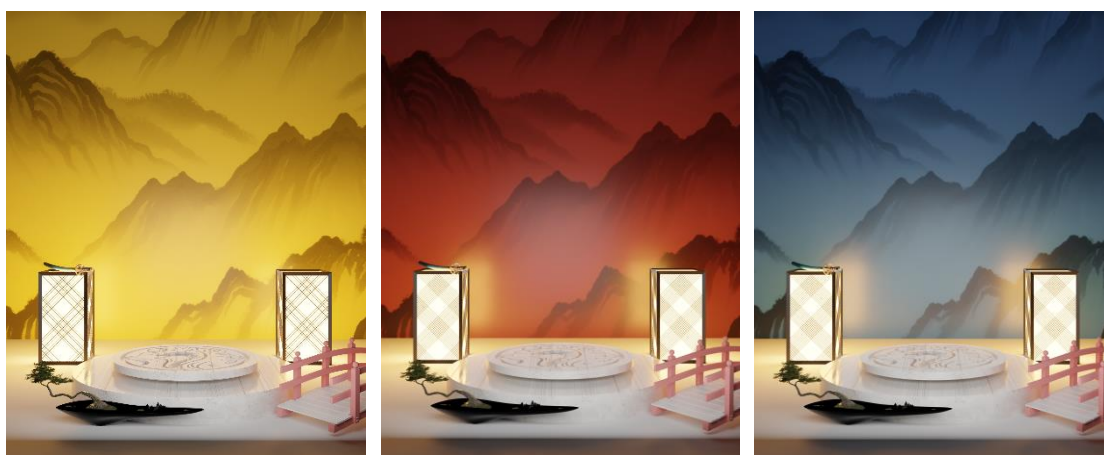
Figura 50 – Nodes no Blender



Fonte: Autores, 2023.

E para isso, foi necessário aplicar todas as especificações dos materiais em forma de *blueprint*, que consiste em criar ligações entre as características de simulação dentro do *software* para gerar os tecidos, texturas e estampas de maneira precisa, como pode ser observado na imagem acima que apresenta as caixas de diálogo utilizadas com o propósito de colocar em prática todos os elementos predefinidos para as peças e simular o comportamento deles no ambiente.

Figura 51 – Cenários Renderizados



Fonte: Autores, 2023

Assim utilizando também o *software* Blender, que tem a função de simular esse espaço virtual, para criar e renderizar o ensaio para a entrega do produto final da coleção, que consiste nas peças de roupa digitais aplicadas ao manequim, e para finalizar todo o processo de produção, as peças foram armazenadas e disponibilizadas para a visualização em detalhes ao público no site Sketchfab, podendo proporcionar uma análise completa do produto e posteriormente utiliza-lo para comercialização.

3.2.5. C5 - Comercialização

A última etapa da metodologia envolve a comercialização do produto através de formas de comunicação que possam alcançar o público consumidor. Para isso, existem formas que podem ser adotadas pelo estilista ou marca que impulsionam os olhares para a coleção e que também atraem novos consumidores. Como defendido por Maia (2021), uma coleção de sucesso não depende necessariamente dos produtos e de sua qualidade, mas também de uma estrutura mercadológica montada em torno das peças, ou seja, métodos adotados antes mesmo da confecção do produto.

Mudanças no cenário da moda são recorrentes e sempre algo novo surge para impactar esse universo tão abrangente, de coleções inovadoras em silhuetas, cores, tecidos e temas, a mudanças comportamentais na sociedade, essas que avançam quase que instantaneamente por conta das velozes transformações da tecnologia. Logo, grifes e dentre as demais marcas de moda adentram no universo digital para comercialização de suas coleções, sejam em sites, vitrines *online* e desfiles em seus meios de comunicação. Dessa forma, é comum surgir estratégias para fidelizar os clientes e manter a suas

constantes compras através do realce dos pontos positivos das peças, seus valores como marca tanto estéticos quanto sociais que influenciam na decisão de compra.

A comercialização de peças de roupas digitais representa uma inovadora abordagem no mundo da moda, aproveitando o ambiente online para criar, vender e distribuir designs exclusivos que existem apenas no domínio digital. Este fenômeno ganhou popularidade em diversos contextos, incluindo jogos online, metaversos, realidade virtual e até mesmo nas redes sociais. O processo de venda dessas peças de roupa no meio digital começa com a criação de designs atraentes e de alta qualidade. Os criadores devem estar atentos às tendências da moda digital, incorporando cores vibrantes e estilos que cativem a comunidade online. Esses designs, muitas vezes, são destinados a avatares virtuais, permitindo que os usuários personalizem suas representações online de maneiras únicas.

Para comercializar esses produtos, há uma vasta gama de possibilidades através de plataformas digitais. Isso pode incluir marketplaces de criptoarte, onde as transações são frequentemente realizadas usando criptomoedas, ou plataformas de moda virtual que se concentram em itens digitais para avatares e ambientes virtuais. Além do mais, o marketing digital desempenha um papel crucial na promoção dessas peças de roupa digital, sendo crucial a divulgação pelas mídias os produtos oferecidos. A interação com a comunidade online também é fundamental, tendo a participação dos estilistas ativamente de fóruns, redes sociais e outras comunidades relacionadas à moda digital.

O atendimento ao cliente desempenha um papel significativo na satisfação do cliente, com a resolução eficiente de problemas e a prontidão para responder a perguntas, construindo uma reputação positiva que pode ser crucial para o sucesso a longo prazo.

No âmbito da criação, desenvolvedores de conteúdo e designers trabalham arduamente para conceber roupas digitais atraentes e estilosas, que variam desde peças casuais até trajes temáticos, para atender a diversas preferências e estilos de jogadores. A integração dessas roupas digitais ocorre nas plataformas de jogos, geralmente por meio de lojas virtuais dentro do próprio jogo. Esse é o espaço onde os jogadores podem explorar, comprar e equipar os itens para personalizar seus avatares. A transação dessas roupas muitas vezes envolve o uso de moedas virtuais ou microtransações, permitindo que os jogadores adquiram esses itens com dinheiro real. Nesse cenário, os jogadores têm

a oportunidade de personalizar a aparência de seus avatares com uma variedade de roupas virtuais, proporcionando uma experiência única e expressiva dentro do ambiente do jogo

Para manter o envolvimento dos jogadores, os desenvolvedores frequentemente lançam eventos e atualizações de conteúdo que apresentam novas roupas digitais. Essa prática cria uma dinâmica de novidade, incentivando os jogadores a explorarem constantemente as opções disponíveis e investirem em itens exclusivos. Colaborações com marcas de moda e o lançamento de edições limitadas são estratégias comuns para aumentar a variedade e exclusividade das roupas digitais. Essas iniciativas não apenas agregam valor aos itens, mas também geram um senso de urgência e escassez, impulsionando a demanda. Além disso, em muitos jogos online, os jogadores têm a opção de comercializar entre si. Isso significa que podem trocar ou vender roupas digitais, criando uma economia virtual onde a raridade ou a popularidade de certos itens pode influenciar seu valor no mercado do jogo.

A personalização do avatar por meio de roupas digitais não é apenas uma questão estética; ela contribui para a construção de uma identidade virtual única para cada jogador. Essa expressão individual é fundamental para a experiência do jogador e cria um elemento social, onde os avatares não apenas participam do jogo, mas também interagem entre si com base em suas aparências virtuais. Em resumo, a comercialização de roupas digitais em jogos online vai além de simples transações virtuais. Ela se torna uma parte integral da experiência do jogador, enriquecendo o ambiente do jogo, promovendo a autoexpressão e criando dinâmicas sociais únicas no mundo virtual.

A criação de um senso de exclusividade em torno dos produtos pode ser alcançada por meio de edições limitadas, colaborações exclusivas ou benefícios especiais para os primeiros compradores. Isso não apenas estimula a demanda, mas também fortalece a identidade e reputação da marca. Manter o catálogo atualizado com novos lançamentos e atualizações periódicas é uma estratégia eficaz para manter o interesse da comunidade e incentivar a fidelidade dos clientes. Em última análise, a comercialização de peças de roupas digitais no meio digital representa uma fusão emocionante entre moda e tecnologia, capitalizando as oportunidades proporcionadas pela crescente demanda por experiências e produtos virtuais.

3.3 A COLEÇÃO KIMERA

A coleção Kimera busca a união de elementos distintos, mas que se complementam em uma ideia central: moda asiática e tecnologia. A partir dessa simbiose, emergiu um projeto híbrido, transcendendo os limites tradicionais do design de moda, e engajando-se ativamente com novas formas de criação que exploram as possibilidades oferecidas pelo cenário contemporâneo.

O processo de renderização desempenha um papel crucial na materialização dessa visão, permitindo que a coleção Kimera ganhe vida de maneira virtual. A renderização traz uma dimensão adicional à criação, possibilitando a visualização precisa de cada detalhe, desde a fusão de estilos até a aplicação de elementos tecnológicos. Esse processo não apenas simplifica a prototipagem, mas também oferece uma plataforma para refinamento contínuo e experimentação visual.

Figura 52 – Render da Peça Yukata



Fonte: Autores, 2023.

O *yukata*, em diversas ocasiões, exerce um fascínio visual devido às suas formas que remetem à tradição. Nesse contexto, almejando incorporar essa silhueta que há muito se enraizou em nosso imaginário coletivo, optou-se por uma fusão harmônica com cortes modernos. A intenção por trás dessa abordagem é destacar e promover uma nova perspectiva no uso desta peça de vestuário.

Assim, empreendemos uma análise buscando compreender as nuances mais proeminentes associadas aos *yukata* e desvendar a verdadeira essência que permeia essa vestimenta única. Esse processo reflexivo nos permitiu não apenas identificar elementos tradicionais, mas também explorar possibilidades contemporâneas, resultando na síntese entre o clássico e o moderno.

Ao mergulharmos no universo dos quimonos, procuramos discernir as características estilísticas que mais frequentemente capturam a atenção. Desde os padrões intrincados até as simbologias culturais, nossa análise abrangeu uma gama abrangente de elementos, a fim de enriquecer a compreensão sobre o significado e a representação do *yukata*.

Adicionalmente, este exercício de exploração proporcionou *insights* valiosos sobre a evolução desta peça ao longo do tempo e sua adaptação às tendências contemporâneas. Ao mesclar tradição e inovação através de cortes modernos, buscamos não apenas respeitar a herança cultural associada ao *yukata*, mas também moldar uma nova narrativa visual, expressando a versatilidade e a atemporalidade desta vestimenta.

Portanto, ao adotarmos uma abordagem holística na compreensão do *yukata*, aspiramos não apenas vestir, mas também contar uma história por meio dessa peça única, transcendendo fronteiras temporais e estéticas. Este é um convite para explorar e apreciar não apenas o aspecto físico do *yukata*, mas também sua rica tapeçaria cultural e seu papel dinâmico na expressão pessoal e na moda contemporânea.

Figura 53 – Render da Peca Hanbok Hwarang

Fonte: Autores, 2023.

O Hanbok Hwarang estilizado é uma expressão cuidadosamente elaborada que busca incorporar as formas e elementos distintivos presentes nas vestimentas tradicionais dos guerreiros reais. O intuito é ancorar a peça em suas raízes históricas, estabelecendo uma conexão autêntica com a herança cultural sul-coreana. Além disso, o design procura integrar de maneira harmoniosa as formas e cores mais marcantes associadas ao verão sul-coreano, resultando em uma peça que não apenas celebra a tradição, mas também reflete a vibrante essência da estação estival na península coreana. Esse cuidadoso equilíbrio entre o respeito pela história e a adaptação às nuances contemporâneas culmina em uma expressão única de moda que transcende as fronteiras temporais e geográficas.

Figura 54 – Render da Peça Kimono

Fonte: Autores, 2023.

Esta peça de vestuário apresenta uma abordagem única ao incorporar a elegância e a tradição do kimono em sua parte superior. A parte superior adota a forma icônica de um kimono, destacando-se pela sua silhueta graciosa e pelos detalhes tradicionais que remetem à cultura oriental.

No que diz respeito à sua camada interna, a peça revela uma interpretação única inspirada na natureza, um vestido delicadamente concebido simula pétalas de flores, adicionando um toque romântico e etéreo ao conjunto. Essa escolha de design não apenas confere uma sensação de suavidade e feminilidade, mas também incorpora elementos naturais à peça, resultando em uma fusão encantadora de tradição e contemporaneidade.

A combinação harmoniosa entre a forma do kimono na parte superior e o vestido que emula pétalas de flores na parte interior cria uma sinergia visual única.

Figura 55 – Render da Peça Baekdu

Fonte: Autores, 2023.

O Vestido Baekdu representa uma inovadora interpretação das características do hanbok, inspirada nas tradições do feriado Chuseok. Este traje incorpora elementos distintos do hanbok, reinventando e atribuindo novos significados à sua forma e estilo. Através de uma cuidadosa releitura, o Vestido Baekdu incorpora a essência da celebração do Chuseok, destacando a riqueza cultural e a conexão com a natureza.

Ao incorporar elementos do hanbok, tradicional vestimenta coreana, o Vestido Baekdu não apenas homenageia as raízes culturais, mas também oferece uma interpretação única e contemporânea. A influência do Chuseok, um feriado coreano que celebra a colheita e a gratidão, se reflete nas escolhas de design e nos detalhes do vestido. Através dessa inspiração, a peça adquire um novo significado, simbolizando a renovação e a vitalidade associadas à chegada da primavera.

Figura 56 – Render da Peça *Hanbok Ijung*

Fonte: Autores, 2023.

A peça acima se trata de um Jeogori, peça proeminente do *hanbok*, que transcende as fronteiras da indumentária convencional coreana, amalgamando elementos culturais e técnicas têxteis sofisticadas. Esta blusa de design unissex, meticulosamente elaborada, exhibe características anatômicas refinadas, como mangas curtas, gola elevada e um fechamento frontal por meio de faixas no busto e pulsos.

Cada *jeogori* é uma peça anatomicamente arquitetônica, incorporando técnicas de modelagem que se adaptam à morfologia do corpo. O corte diferenciado para mulheres, com ajustes e recortes que abraçam a figura, contrasta com a versão masculina, que apresenta linhas mais amplas e fluídas. As mangas, resultado de uma cuidadosa manipulação de padrões, desvelam o virtuosismo técnico dos artesãos na preservação de métodos tradicionais. E dentro dessa suntuosidade visual, a moda digital se mostra capaz de manifestar os conceitos da coleção de forma esplendorosa, aplicando materiais não convencionais, como o ouro nas faixas e o acrílico nas calças com o objetivo de trazer a

leveza e a própria riqueza da tradição coreana a um âmbito distinto em que a moda pode criar conectando a todos e apresentando um mundo capaz de satisfazer as ânsias do criador e do usuário.

Nesta peça a integração do *Jeogori* com as calças *baji* completa o *hanbok* estilizado da nossa coleção, gerando uma sinergia visual que ressoa através da escolha meticulosa de padrões e cores, por isso a escolha de corte e de material inédito para a parte inferior se apresenta dentro do seu próprio conceito, já que a modelagem dessas calças pode variar, mas geralmente apresentam um ajuste solto, proporcionando conforto ao usuário. A combinação das *baji* com o *jeogori* forma um conjunto completo e equilibrado, destacando a estética tradicional e a funcionalidade do traje coreano. Cada pigmentação e desenho, como uma paleta de códigos visuais, carrega consigo significados culturais e simbolismos, moldando-se conforme a ocasião e as nuances sociais.

Ao desfilar em eventos cerimoniais, festivais ou apresentações culturais, o *jeogori* não é apenas vestimenta, mas também uma narrativa têxtil que perdura no tempo. A preservação destas técnicas artesanais, conjugadas com elementos contemporâneos, solidifica o *jeogori* como uma expressão de identidade cultural.

Figura 57 – Render da Peça Obi

Fonte: Autores, 2023.

A vestimenta superior desta criação incorpora de maneira notável a estética das roupas tradicionais japonesas, enriquecendo-a com um toque contemporâneo por meio da adição de babados que assumem a forma de mangas. Esses babados conferem à peça um estilo único, combinando harmoniosamente elementos clássicos com detalhes mais modernos.

No torso, a peça destaca-se pela utilização de um Obi, um cinto japonês que não apenas acentua a cintura, mas também adiciona uma camada adicional de autenticidade cultural. O Obi não apenas serve como um elemento funcional, mas também como uma peça de destaque, enriquecendo a composição visual da vestimenta e proporcionando um equilíbrio elegante entre tradição e inovação.

A parte inferior do conjunto é representada por uma bermuda única, caracterizada pela presença de babados que adornam tanto a própria bermuda quanto a peça de tecido que cobre o lado esquerdo da frente. Essa escolha de design não apenas acrescenta

movimento e fluidez ao conjunto, mas também contribui para a coesão estilística global, criando uma harmonia visual entre as peças superiores e inferiores.

O resultado final é uma combinação de elementos clássicos japoneses e detalhes contemporâneos, fundindo tradição e inovação de maneira ousada e elegante. Essa abordagem única na concepção da vestimenta não apenas celebra a rica herança cultural japonesa, mas também expressa uma interpretação moderna e sofisticada, conferindo à indumentária uma identidade única e cativante.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao alcançar o desfecho deste trabalho, é imperativo revisitar o tema inicialmente proposto e refletir sobre a trajetória percorrida nessa pesquisa acerca da moda virtual com vertente de inspiração na tradicionalidade japonesa e sul coreana. Sendo, assim, refletidas na formação de um público ao redor do mundo interessado no mercado de moda virtual e que admira a cultura das duas nações utilizadas como inspiração neste projeto, assim como as nações cujo as culturas, folclore e tradições foram os principais objetos de estudo, sendo estes os nacionais de Coreia do Sul e Japão, além dos descendentes que se encontram também em outros países.

Por isso o presente projeto teve como missão central investigar e analisar o possível público consumidor e sua receptividade com o tema proposto, e é com satisfação que constatamos por meio de estudos e questionários, mesmo com a tradicionalidade sendo difundida em estética ao longo dos anos, que o viés cultural pode ser aplicado de maneira a trabalhar com a imaginação do projetista e explorar a viabilidade de propor uma experiência inédita ao usuário, que já tem conexão com a proposta da coleção, através da moda virtual.

Em sua história, Coreia e Japão tiveram influências semelhantes devido ao processo de formação das nações pelas dinastias que por muito tempo as governaram, porém com o desenvolvimentos dos dois países, econômica e culturalmente, os olhos da população mundial foi se tornando cada vez mais voltado para as características estéticas profundamente relacionada a elementos sociais, que fazem parte da cultura e cotidiano dos mesmos, por isso as principais influências sobre o ocidente vêm da música e das produções audiovisuais, o que perpetua o seu valor cultural ao redor do mundo, como foi confirmado na construção do estudo deste trabalho.

Mediante a pertinência desses grupos de simpatizantes e os inseridos dentro desse mercado de moda virtual e cultura asiática, percebeu-se o que viria a ser para nós um desafio exitoso, projetar uma coleção de moda para ser consumida tanto pelos já compradores de peças de moda virtual e pelos admiradores das culturas que foram contempladas, quanto pelo povo japonês e sul coreano em si, que vivem tal cultura intrinsecamente, já que a coleção *Kimera* foi inspirada diretamente nos seus elementos tradicionais, desde símbolos religiosos, conceitos filosóficos, lendas folclóricas, natureza e até os costumes mais simplórios em relação às estações do ano que dão nome para as linhas da coleção cápsula, pois essas nuances diretamente relacionadas à moda que trazem

para a superfície da sociedade as manifestações e comportamentos da sociedade como um todo e mais especificamente daqueles que a consomem veementemente.

A coleção *Kimera*, que aborda as estações de primavera, verão e a fluidez entre elas, também apresenta em seu próprio conceito a possibilidade diferente do habitual de trabalhar com um mercado em ascensão que é a moda virtual, trazendo novos elementos e reimaginando a moda convencional, criando uma dualidade que é capaz de atrair novos consumidores por seu viés estético e introduzi-los a cultura utilizada como base para a concepção, através dos elementos que permeiam a riqueza cultural dos países e são de identificação para os povos diretamente relacionados a eles, como foi descrito através das pesquisas supracitadas.

Como já explicado, as pesquisas sobre as culturas, história e referências criativas, foram de total êxito com base no vasto conteúdo bibliográfico já disponível em diversos acervos como livros, artigos, Tcc's e dissertações, nos dando a tarefa de filtrar e explicar nossas escolhas de forma mais dinâmica para o leitor final deste trabalho, porém no que se trata da produção de uma coleção de moda virtual a construção do projeto se fez mais limitada, devido ao escasso conteúdo referente ao assunto, aos recentes estudos sem muita profundidade, nos dando a única opção de nos aprofundarmos cada vez mais no tema, tornando o presente trabalho uma fonte de pesquisa sobre moda virtual e suas vertentes, já que o mesmo pode contribuir de forma dinâmica a guiar futuros projetistas de coleções digitais e suas adaptações ao mercado, tanto em produção quanto em comercialização.

E para essa produção, como foi adaptada, nenhum material físico foi utilizado, substituindo o processo para uma forma computadorizada, por isso foram utilizados, primeiramente, o *software* Marvelous para a construção dos moldes e protótipo, o que levou a necessidade de ajustes sobre as peças a partir de sua ideia original, devido a características do programa e suas simulações, dando sequência, para a finalização das roupas, fizemos uso do *software* Blender para a aplicação de texturas, simulação de física e produção do ensaio da coleção, porém devido a limitações de *hardware* e equipe de produção resumida aos autores do trabalho, o projeto levou um pouco mais de tempo para ser finalizado, mas sempre foi priorizada a qualidade sobre as peças, que por fim foram colocadas para acervo e comercialização no site Sketchfab.

Apesar das limitações técnicas e de explorar um mercado novo, a concepção desta coleção foi capaz de mostrar como a moda é para todos e diversas referências podem ser trabalhadas, por isso, foi definido como projeto futuro a criação de uma marca a partir desta primeira coleção, para sempre ser trabalhado conceito de estética e filosofia

quimérica, fazendo-se valer a escolha do mercado digital para a exploração criativa. Mas, além disso, foi percebida a possibilidade de trabalhar também com a moda física, devido a execução de etapas de criação e confecção, como os painéis e fichas técnicas que capacitam o porte dessas mesmas peças para o mercado convencional também, fazendo possível que a futura marca trabalhe com ambos os mercados e alcance novos públicos tanto para um segmento quanto para o outro, o que também se encaixa na essência deste projeto e os conceitos estudados neles.

Em síntese a coleção *Kimera* traz um público novo ou já existente para a moda virtual por meio de aspectos como apelos visuais e identificação cultural, intensificando o apego dos consumidores com a temática, além de uma reflexão sobre como a moda virtual pode apresentar inúmeras possibilidades de projeto e manifestação pessoal para projetista e cliente, como uma identidade pode ser trabalhada e reimaginada dentro de aspectos pouco pensados e, principalmente, apresenta como a moda virtual e seu consumo pode ser tão satisfatório quanto o convencional ou até ainda mais, dependendo do meio que se encontra, pois a coleção utiliza de diversas referências que tem a capacidade de comunicar com vários públicos e podem servir de exemplo para a utilização de diversas vertentes dentro da moda virtual ou convencional.

5. REFERÊNCIAS

Amorim, Wadson Gomes; BOLDT, Rachel Sager; "Moda Virtual: no processo de transformação digital devido à pandemia COVID-19", p. 1088-1101. In: Anais do Colóquio Internacional de Design 2020. São Paulo: Blucher, 2020.

Baxter, Mike. **Projeto de Produto**: Guia Prático para o Desenvolvimento de Novos Produtos. 2a edição. São Paulo. Editora Edgard Blücher Ltda, 2006.

Berlus, Natasha Nunes de Lima. Corpo e voz: estilo k-pop. 2016. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social)-Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

Bryant, Michele Wesen. **Desenho de moda**: técnicas de ilustração para estilistas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

Braga, João. História da moda. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2011.

Cunha, Vinícius Ferreira da. A ascensão do pop coreano: o boom do k-pop a trotes de cavalo, o papel da comunicação e as articulações com o modelo pop ocidental. 2013. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) -Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

Gil, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4a ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Gomes Filho, João. **Design do objeto**: Bases conceituais. São Paulo: Escrituras, 2006.

Ferriss e Brenstock, Suzanne e Shari. Por dentro da moda. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

Friedman, V. What to Wear in the Metaverse. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2022/01/20/style/metaverse-fashion.html>>. Acesso em: 14 mar. 2022.

Lorgus, Alexandra Luiza; ODEBRECHT, Clarisse. Metodologia de pesquisa aplicada ao Design. Blumenau: Edifurb, 2011.

Löbach, B. Design Industrial: Bases Para a Configuração dos Produtos Industriais. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Blucher, 2001.

Magnus, E.; Gomes, L.; Hamester, F. Metodologia Projetual para Design de Moda: Planejamento, Desenvolvimento e Apresentação de Coleção. Paraná: [s.n.], 2006.

Marconi, Marina de Andrade; Lakatos, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

Noronha, Jéssica Menezes. Pop coreano: o nascimento de uma nova subcultura. 2016. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2016.

Rocha, Nara. Designer de Moda Virtual – Como a criação de avatares em ambientes virtuais esboça um novo mercado para os profissionais da área. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2007/anais_aprovados/designer_de_moda_virtual_como_a_criacao_de_avatares_em_ambientes_virtuais.pdf>. Acesso em 20/03/2022.

Almeida, Naiane Batista de. O FENÔMENO HALLYU E AS PRÁTICAS INTERACIONAIS DOS FÃS BRASILEIROS NO CONTEXTO DO PROCESSO DO SOFT POWER DA COREIA DO SUL / Naiane Batista de Almeida. - João Pessoa, 2019.

Anawalt, Patricia Rieff. A História Mundial da Roupas. 1. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

Kawamura, Yuniya. Placing Tokyo on the Fashion Map 8 from catwalk to street style. Em BREWARD e GILBERT (ed.). *Fashion's World Cities*. Oxford: Berg, 2006.

Mitsuki, Ikari (2012). História da moda japonesa. Disponível em: <<http://japonesdake.blogspot.com/2012/07/historia-da-moda-japonesa.html>>. Acesso em: 11 de agosto de 2022.

Sato, Cristiane A. Japop: o poder da cultura pop japonesa. São Paulo: NSP HAKKOSHA, ed. e promoções, 2007.

Yamamoto, Yohji e MITSUDA, Ai. Yohji Yamamoto: My Dear Bomb. Antuérpia: Ludion, 2010.

Reis, Tiago. Crise Asiática De 1997: Entenda Como Aconteceu A Crise Dos Tigres Asiáticos. **Suno**, 19 Mar. 2019. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/crise-asiatica/> Acesso em: 10 set. 2022.

Ortega, Rodrigo. K-Pop É Poder: Como A Coreia Do Sul Investiu Em Cultura E Colhe Lucro E Prestígio De Ídolos Como Bts. **G1**, 23 Mai. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/05/23/k-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-e-colhe-lucro-e-prestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>. Acesso em: 02 jan. 2024.

Estatísticas Da Indústria De Maquiagem Coreana. **Statista**. Disponível em: <https://www.statista.com/outlook/70020000/125/skin-care/south-korea#> Acesso em: 10 ago. 2022.

Hanbok Part 1: The Origin and the History. **Asia Society**. Disponível em: <https://asiasociety.org/korea/hanbok-part-1-origin-and-history>. Acesso em: 20 ago. 2023.

Korean Fashion History Timeline: from Joseon to the K-fashion Boom. **Fashion Chingu**. Disponível em: <https://www.fashionchingu.com/blog/korean-fashion-timeline/> Acesso em: 10 ago. 2022.

SEN GUPTA, Manas. 10 Luxury Korean Fashion Brands You Need to Know About. **Prestige**. Disponível em: <https://www.prestigeonline.com/th/style/fashion/10-luxury-korean-fashion-brands/> Acesso em: 11 ago. 2022.

12 K-Pop Songs That Incorporate Elements Of Traditional Korean Culture. **Soompi**. Disponível em: <https://www.soompi.com/article/1367060wpp/12-k-pop-songs-that-incorporate-elements-of-traditional-korean-culture>. Acesso em: 11 ago. 2022.

South Korea's CLO Virtual Fashion makes investment in PixelPool. **FIBRE2FASHION**. Disponível em: <https://www.fibre2fashion.com/news/textiles-technology-news/south-korea-s-clo-virtual-fashion-makes-investment-in-pixelpool-278550-newsdetails.htm>. Acesso em: 11 ago. 2022.

TANU I, Raj. Inside AESPA Universe. **Nylon**. Disponível em: <https://www.nylon.com/entertainment/aespa-ai-concept-explained-next-level-black-mamba>. Acesso em: 11 ago. 2022.

Eiras, Natália. Por que as marcas de beleza estão investindo no mundo dos games?. **Elle**. Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/por-que-as-marcas-de-beleza-estao-investindo-no-mundo-dos-games>. Acesso em: 11 ago. 2022.

Itens cosméticos movimentam cultura e economia dos jogos. **E-arena**. Disponível em: <https://e-arena.com.br/itens-cosmeticos-movimentam-cultura-e-economia-dos-jogos/>. Acesso em: 15 mai. 2023.

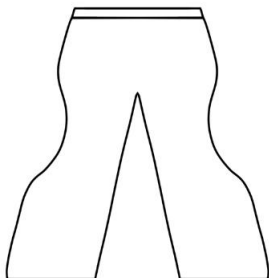
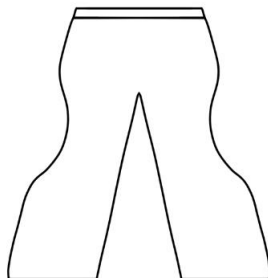
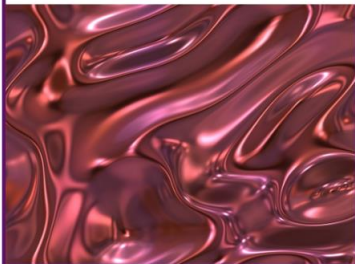
6. APÊNDICES

Figura 58 – Ficha Técnica: Jeogori

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Jeogori, apresentado como jeogori reimaginado, a peça conta com costuras tradicionais e formas originais, além de estampa cultural para trazer a tradicionalidade intrínseca.</i>		
FRENTE:		COSTAS:
		
TEXTURA: <i>Seda</i>	COR:	ESTAMPA:
		
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

Figura 59 – Ficha Técnica: Baji

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Calça Baji, a calça traz consigo um formato semelhante aos utilizados pelos homens da realeza da dinastia joseon, apresentando aberturas nas laterais, fazendo uma releitura da vestimenta tradicional.		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: Plástico 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS:		

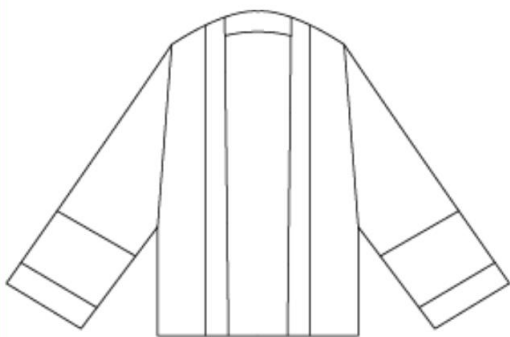
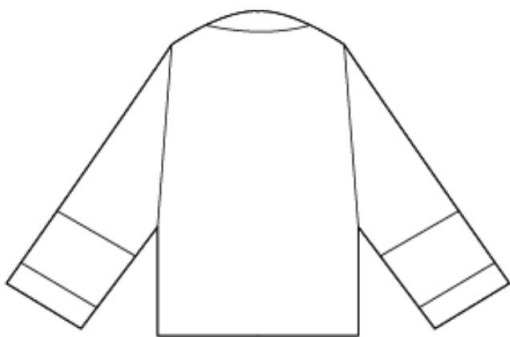
Fonte: Autores, 2023.

Figura 60 – Ficha Técnica – 2D Pattern: Hanbok Ijung

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D das partes de baixo e de cima da peça, Jeogori e Baji, respectivamente		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

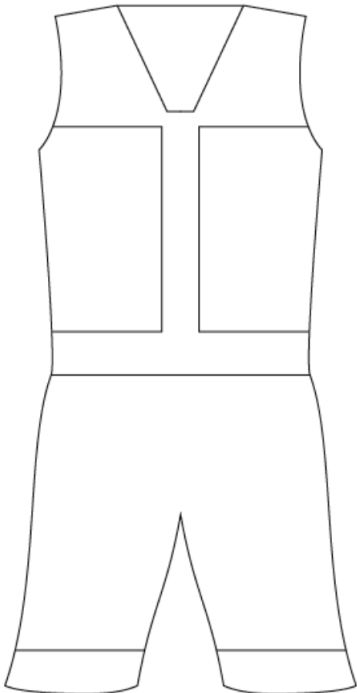
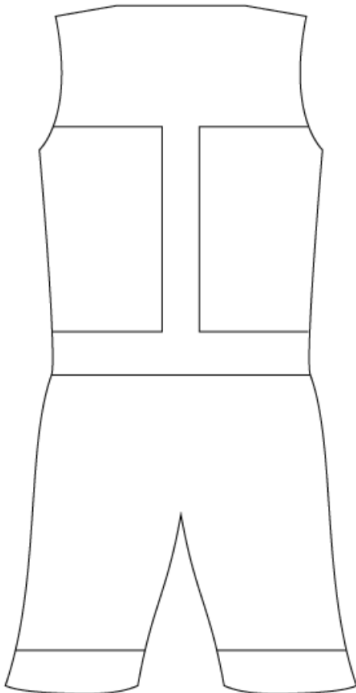
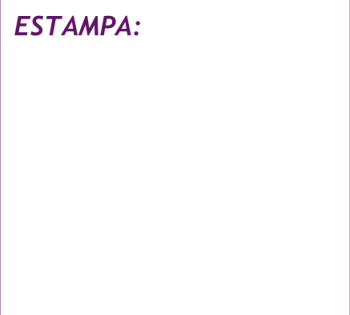
Fonte: Autores, 2023.

Figura 61 – Ficha Técnica Superior: Yukata

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: O Yukata é formado por sua costura simples e formas geométricas que exaltam a beleza no simples.		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: Seda 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS: A estampa é aplicada apenas ao colarinho e faixas nas mangas.		

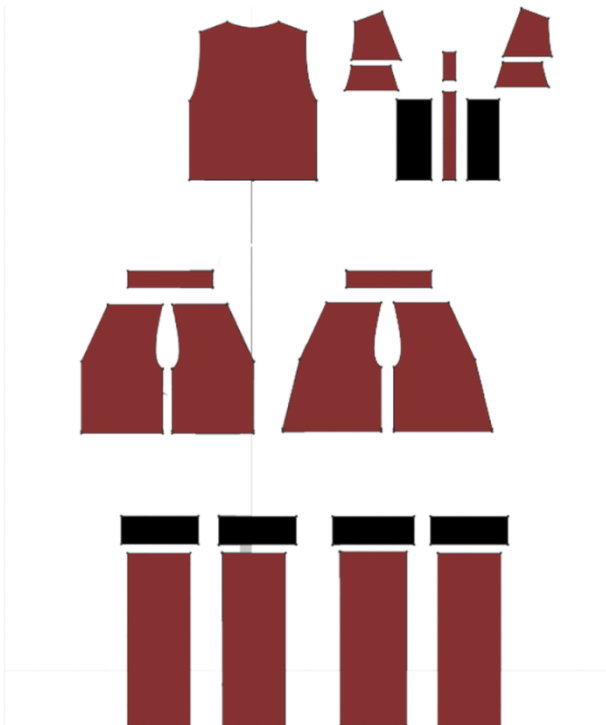
Fonte: Autores, 2023.

Figura 62 – Ficha Técnica Inferior: Yukata

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: a peça constitui em um “macaquinho” que complementa a yukata, sendo sua parte inferior e interna.		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: Seda 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

Figura 63 – Ficha Técnica – 2D Pattern: Yukata

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D do “macaquinho” interno do look.		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

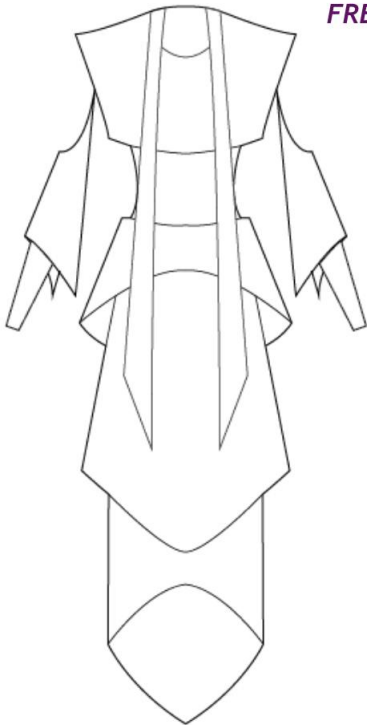
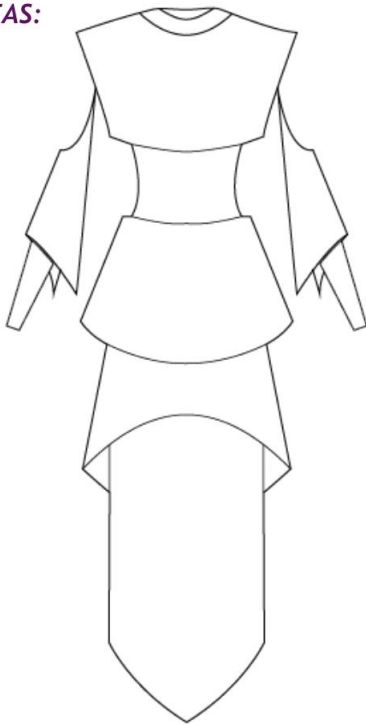
Fonte: Autores, 2023.

Figura 64 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Yukata

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D do Yukata.		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

Figura 65 – Ficha Técnica: Baekdu

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Vestido Baekdu, a roupa traz em suas formas uma releitura dos elementos dos hanbok utilizados no feriado chuseok, trazendo novo significado à natureza primavera.		
FRENTE: 	COSTAS: 	
TEXTURA: Seda 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS: A estampa é aplicada apenas à faixa sobre os ombros.		

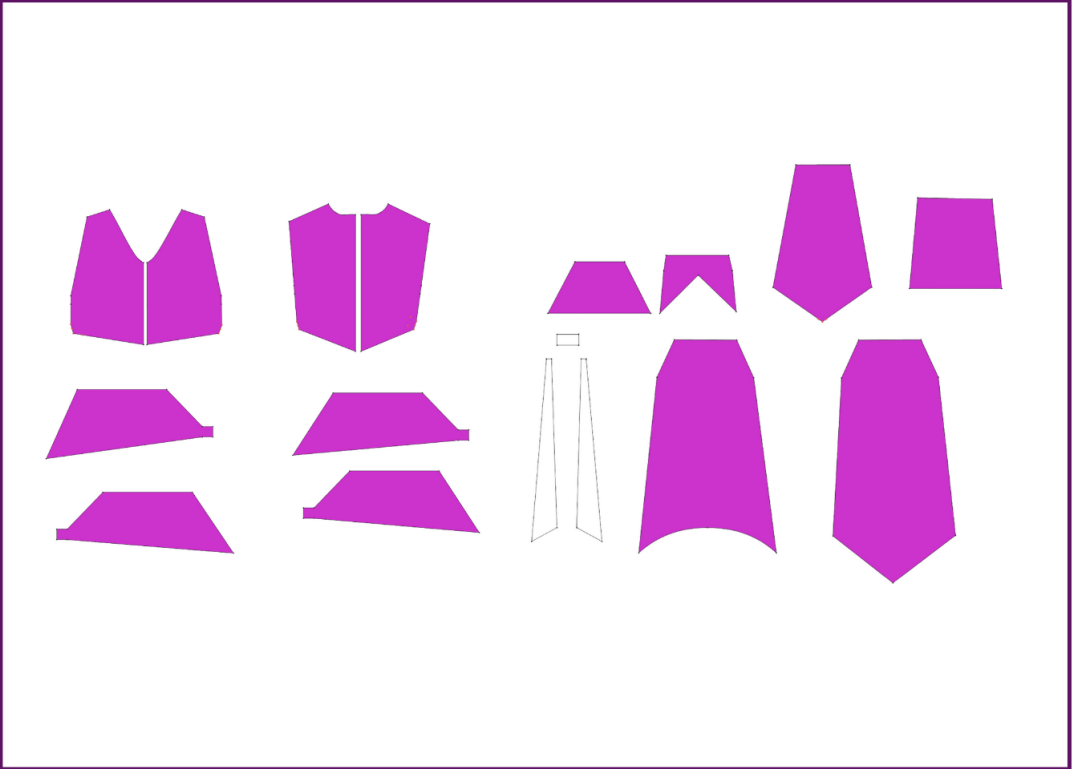
Fonte: Autores, 2023.

Figura 66 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Baekdu

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Formas utilizadas para o molde 3D para a blusa interna do look Baekdu.</i>		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

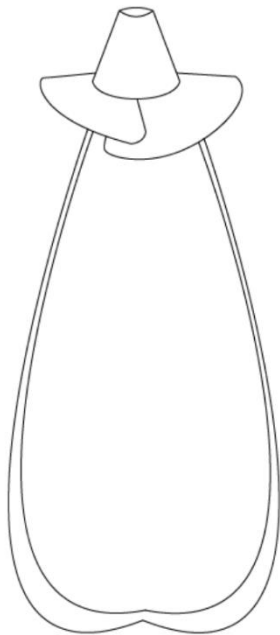
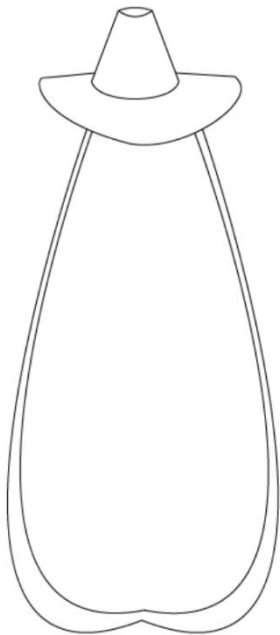
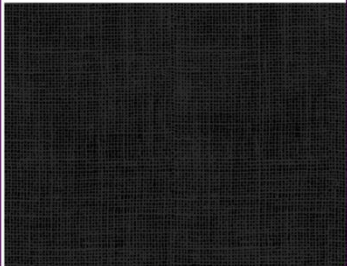
Fonte: Autores, 2023.

Figura 67 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Baekdu

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Formas utilizadas para o molde 3D para o vestido Baekdu.</i>		
 The image displays a collection of 2D pattern pieces for a 3D dress model. The pieces are arranged in a grid-like fashion. On the left, there are two bodice pieces, each with a central vertical seam and a small notch at the waist. Below these are three trapezoidal pieces, likely for the skirt or lower bodice. In the center, there are two small trapezoidal pieces, a small rectangular piece, and a small triangular piece. To the right, there are two large trapezoidal pieces, one with a curved bottom edge, and a small rectangular piece. The pieces are colored in a light blue-grey shade.		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

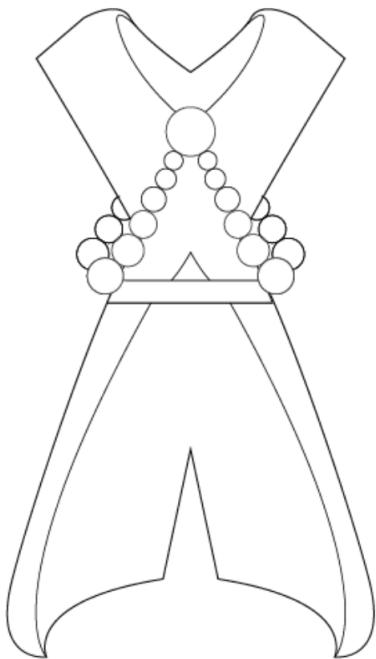
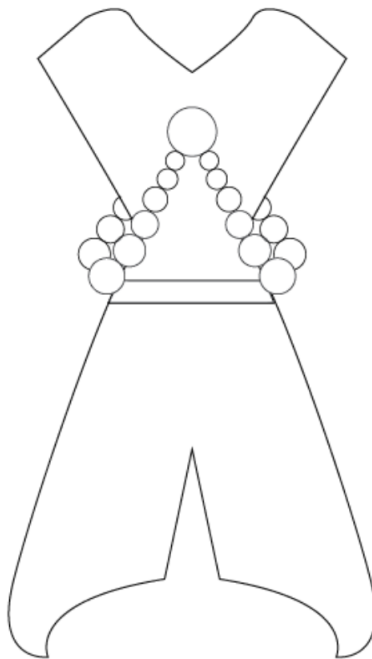
Fonte: Autores, 2023.

Figura 68 – Ficha Técnica: Chapéu Hwarang

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Chapéu Hwarang, com a reimaginação do uniforme dos guerreiros Hwarang, os chapéus dos oficiais da realeza foi utilizado de inspiração para essa peça, utilizando os principais elementos dele e utilizando da liberdade do conceito verão para suas formas.		
FRENTE: 	COSTAS: 	
TEXTURA: Linho 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS:		

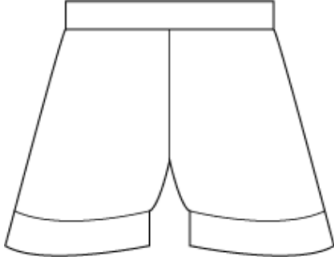
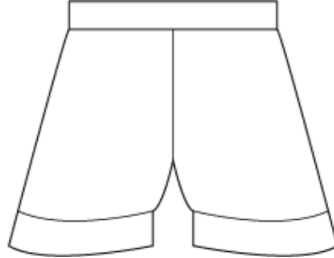
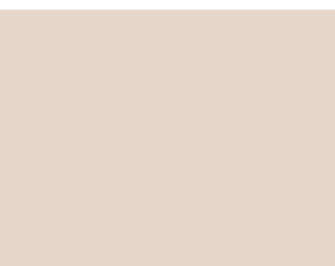
Fonte: Autores, 2023.

Figura 69 – Ficha Técnica: Hanbok Hwarang

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: O Hanbok Hwarang estilizado procura aplicar as formas e elementos utilizados nas vestimentas tradicionais dos guerreiros reais como forma de ater a peça a sua origem e aplicar na mesma as formas e cores mais evidentes do verão sul coreano.		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: Seda e madeira 	COR: Verde Jade 	ESTAMPA: 
OBS:		

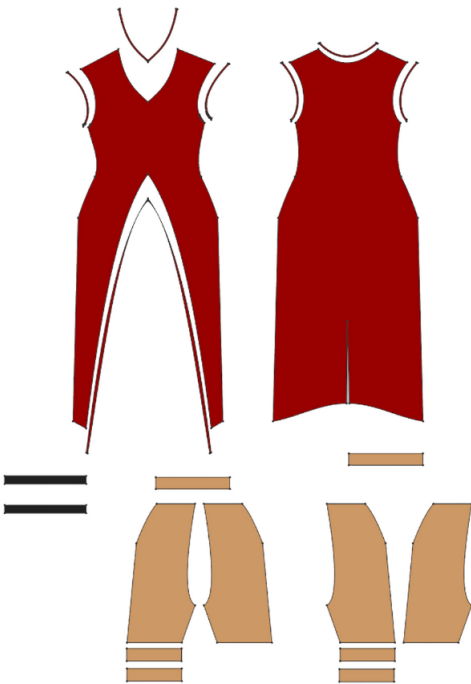
Fonte: Autores, 2023.

Figura 70 – Ficha Técnica: Bermuda Hwarang

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>A bermuda Hwarang criada para a linha verão utiliza da praticidade e simplicidade da peça para combinar o conceito dos guerreiros de desfrutarem de suas vitórias durante a estação de forma leve e aproveitando a vida no país.</i>		
FRENTE:	COSTAS:	
		
TEXTURA: <i>Seda</i>	COR: <i>Verde Jade</i>	ESTAMPA:
		
OBS:		

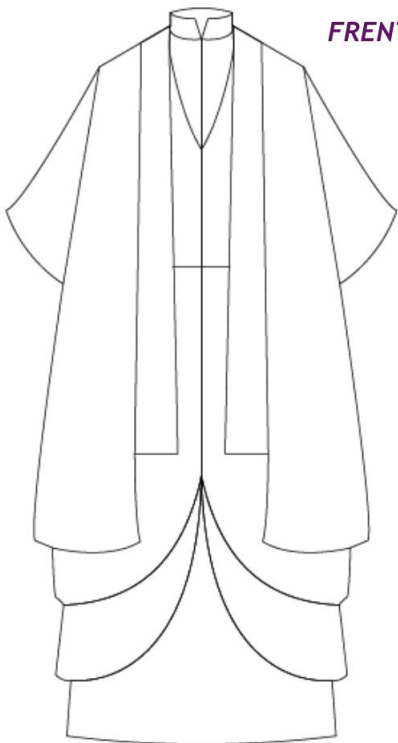
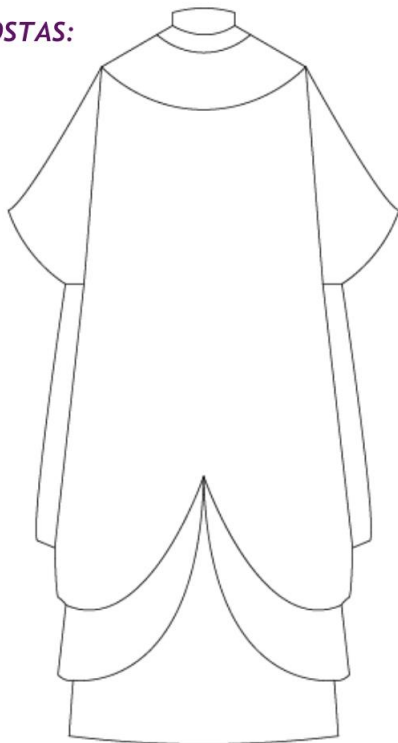
Fonte: Autores, 2023.

Figura 71 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Hanbok Hwarang

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D do Hanbok Hwarang.		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

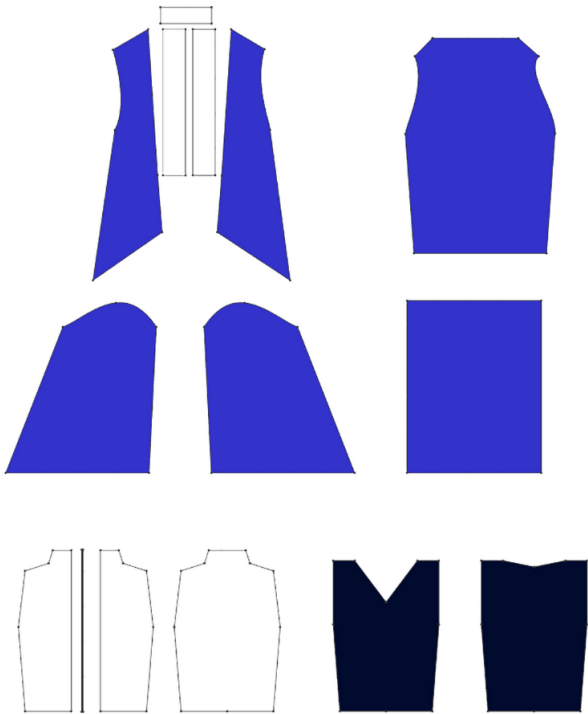
Fonte: Autores, 2023.

Figura 72 – Ficha Técnica: Kimono

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Utiliza a forma de um kimono para sua parte superior e a interior é composta por um vestido que simula pétalas de flores.</i>		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: <i>Seda</i> 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS:		

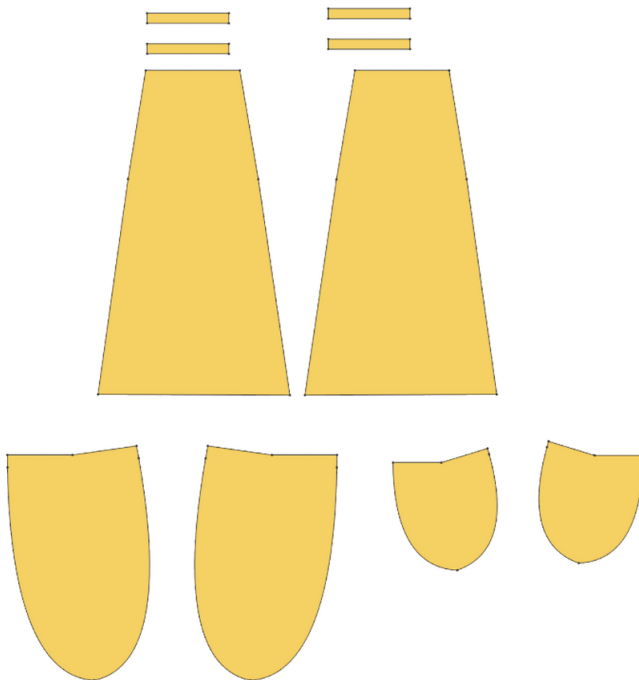
Fonte: Autores, 2023.

Figura 73 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Kimono

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D da parte superior do Kimono.		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

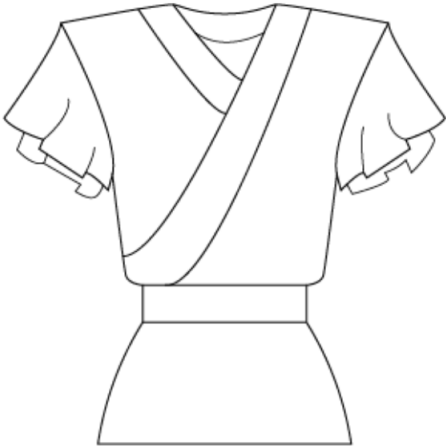
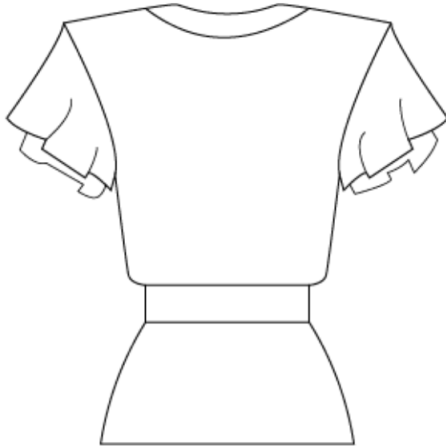
Fonte: Autores, 2023.

Figura 74 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Kimono

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Formas utilizadas para o molde 3D da parte inferior do Kimono.</i>		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

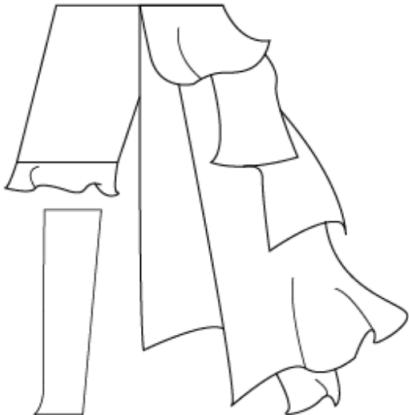
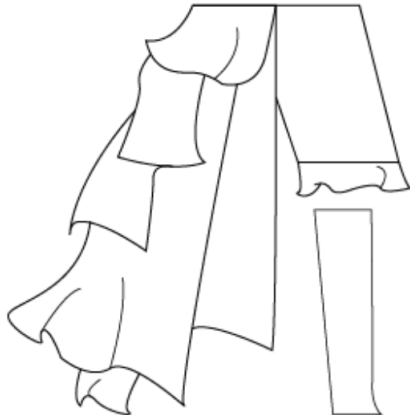
Fonte: Autores, 2023.

Figura 75 – Ficha Técnica: Obi

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: a peça de cima simula a estética das roupas tradicionais japonesa mas adicionando babados em forma de manga, e no torso utiliza um Obi (cinto japonês).		
FRENTE:		COSTAS:
		
TEXTURA: Seda	COR:	ESTAMPA:
		
OBS:		

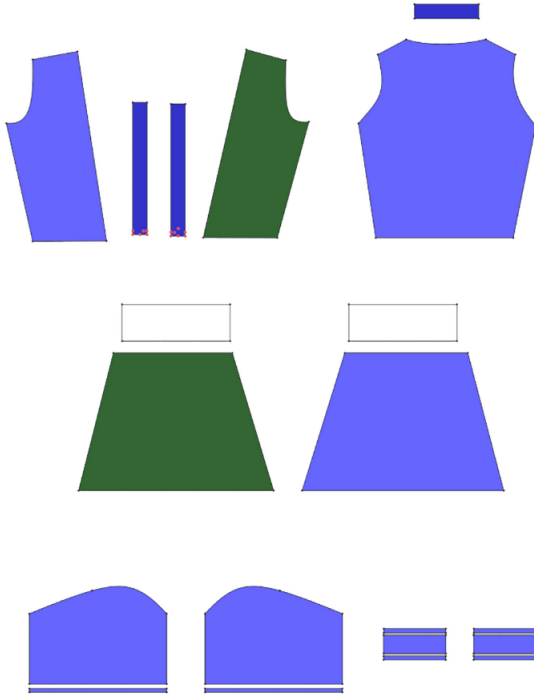
Fonte: Autores, 2023.

Figura 76 – Ficha Técnica: Obi

FICHA TÉCNICA		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: a peça inferior se trata de uma bermuda com babado tanto na bermuda quanto em sua peça de tecido que encobre o lado esquerdo da frente.		
FRENTE: 		COSTAS: 
TEXTURA: Seda 	COR: 	ESTAMPA: 
OBS:		

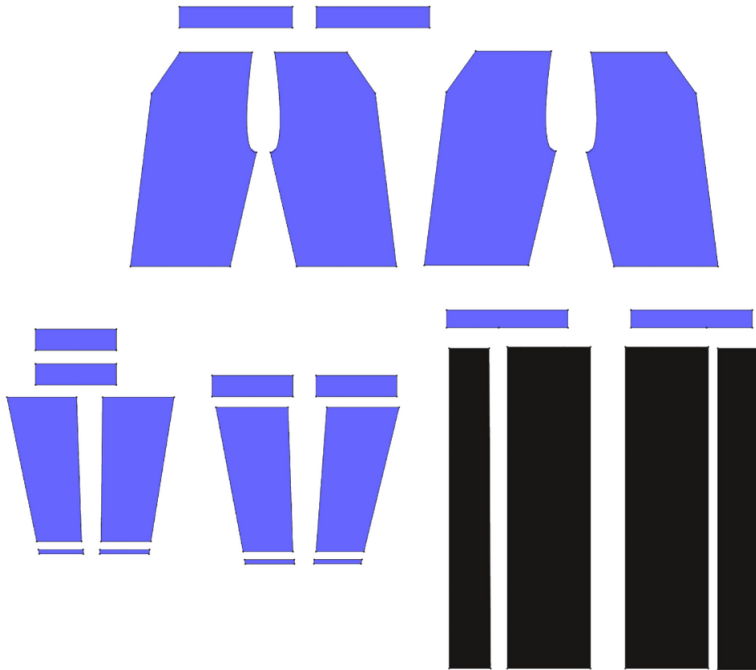
Fonte: Autores, 2023.

Figura 77 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Formas utilizadas para o molde 3D do Obi.</i>		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

Figura 78 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: Kimera		
DESCRIÇÃO: Formas utilizadas para o molde 3D da bermuda e saia complementares do Obi.		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

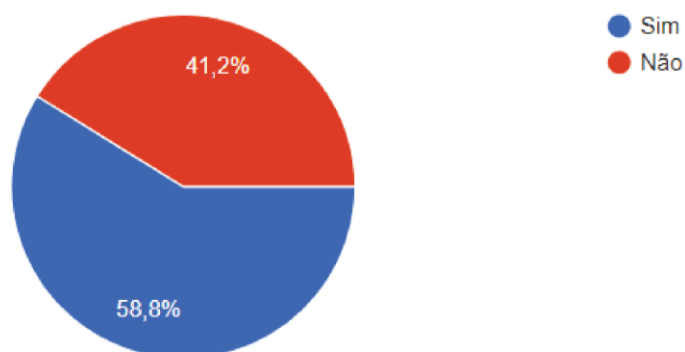
Figura 79 – Ficha Técnica - 2D Pattern: Obi

FICHA TÉCNICA - 2D PATTERN		
COLEÇÃO: <i>Kimera</i>		
DESCRIÇÃO: <i>Formas utilizadas para o molde 3D da roupa interna do Obi.</i>		
		
TEXTURA:	COR:	ESTAMPA:
OBS:		

Fonte: Autores, 2023.

Figura 80 – Pergunta 1

Você sabe o que é moda virtual?

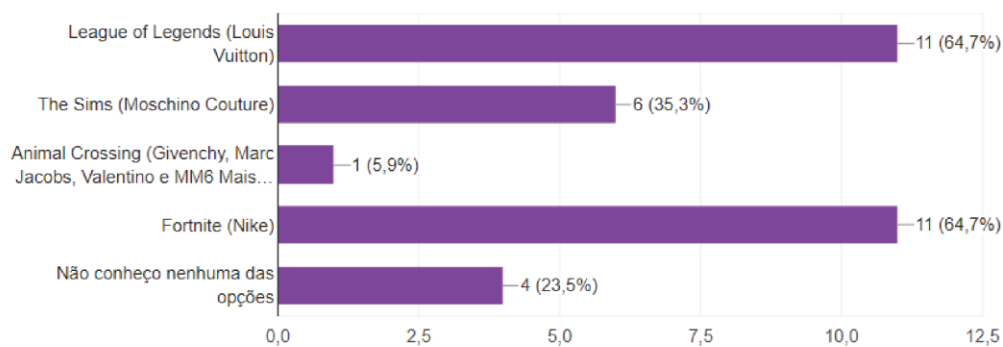


Fonte: Autores, 2023.

Figura 81 – Pergunta 3

A moda virtual está muito presente nos jogos, você conhece algum destes?

 Copiar

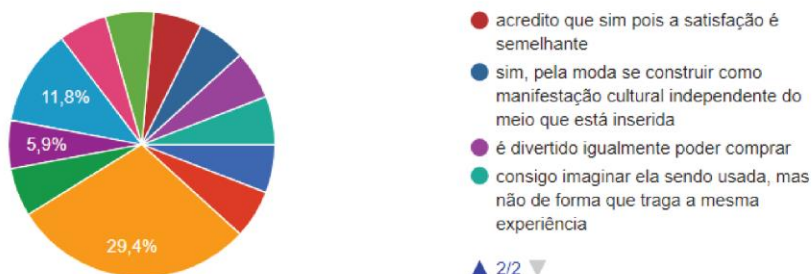


Fonte: Autores, 2023.

Figura 82 – Pergunta 6

Você acredita que os segmentos de moda virtual podem oferecer uma experiência tão satisfatória quanto a moda física tradicional?

 Copiar

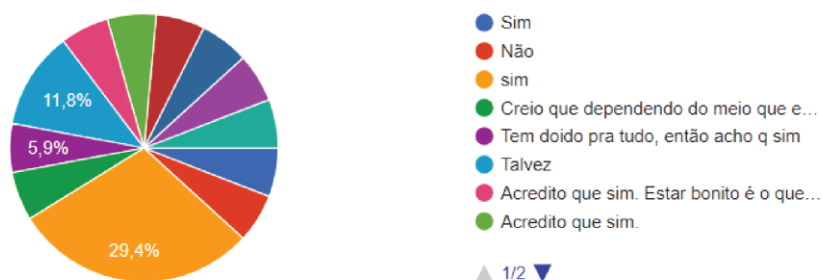


Fonte: Autores, 2023.

Figura 83 – Pergunta 6.2

Você acredita que os segmentos de moda virtual podem oferecer uma experiência tão satisfatória quanto a moda física tradicional?

 Copiar



Fonte: Autores, 2023.

Figura 84 – Vistas Ortogonais da Peça Yukata



Fonte: Autores, 2023.

Figura 85 – Vistas Ortogonais da Peça Hanbok Hwarang



Fonte: Autores, 2023.

Figura 86 – Vistas Ortogonais da Peça Kimono



Fonte: Autores, 2023.

Figura 87 – Vistas Ortogonais da Peça Baekdu



Fonte: Autores, 2023.

Figura 88 – Vistas Ortogonais da Peça Obi



Fonte: Autores, 2023.

Figura 89 – Vistas Ortogonais da Peça Hanbok Ijung



Fonte: Autores, 2023.