

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

ANA CAROLINA SILVA PINTO

MINHA PRIMEIRA COLEÇÃO: FICHÁRIOS CARTONADOS E ACESSÓRIOS
PARA COLECIONADORES DE K-POP

Rio de Janeiro
2023

ANA CAROLINA SILVA PINTO

**MINHA PRIMEIRA COLEÇÃO: FICHÁRIOS CARTONADOS E ACESSÓRIOS
PARA COLECIONADORES DE K-POP**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como parte do requisito à obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Visual Design pela
Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientadora: Fernanda de Abreu Cardoso

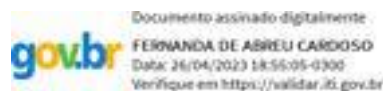
Rio de Janeiro
2023

ANA CAROLINA SILVA PINTO

**MINHA PRIMEIRA COLEÇÃO: FICHÁRIOS CARTONADOS E
ACESSÓRIOS PARA COLECIONADORES DE K-POP**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Escola de Belas Artes da Universidade Federal do
Rio de Janeiro, como parte dos requisitos
necessários à obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Visual Design.

Aprovado em:
20/04/2023



Fernanda de Abreu Cardoso (orientador)
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Daniel de Oliveira Guttman Bicho

Irene de Mendonça Peixoto

CIP - Catalogação na Publicação

S586m Silva Pinto, Ana Carolina
MINHA PRIMEIRA COLEÇÃO: FICHÁRIOS CARTONADOS E
ACESSÓRIOS PARA COLECCIONADORES DE K-POP / Ana
Carolina Silva Pinto. -- Rio de Janeiro, 2023.
110 f.

Orientador: Fernanda de Abreu Cardoso.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de
Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design,
2023.

1. Papelaria. 2. K-pop. 3. Coleção. 4. Projeto
gráfico. I. de Abreu Cardoso, Fernanda, orient. II.
Título.

Dedicatória

Dedico esse trabalho a minha família que nunca questionou minha escolha profissional e estava disposta a me apoiar em tudo que eu me propunha a fazer. A minha orientadora Fernanda de Abreu que foi a combinação perfeita para esse trabalho mesmo não conhecendo o universo do K-pop. A artista Lee Chaerin a qual tive a oportunidade de conhecer seu trabalho em 2013 e me levou a entrar no mundo do K-pop e curtir todo esse universo.

Resumo

Projeto gráfico de papelaria que consiste na conceituação e desenvolvimento de uma coleção de fichários cartonados e acessórios para colecionadores de K-pop, abreviação de Korean pop, música popular sul-coreana popular em todo mundo, inclusive no Brasil. Este tema foi escolhido pelo meu grande apreço pessoal pela cultura coreana. Estes produtos foram criados para serem vendidos em minha loja virtual voltada para esse público consumidor.

Palavras-chave: Papelaria, K-pop, Coleção, projeto gráfico.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Pesquisa do programa leitura dinâmica, 2018.....	15
FIGURA 2: Stories da @galagakero com produto comprado na @lojachustore	18
FIGURA 3: Fichário de coleção, 2022.....	21
FIGURA 4: Vídeo review de loja e álbum de K-pop, 2022.....	22
FIGURA 5: Postagem de uma conta de colecionadora de K-pop, 2022.....	23
FIGURA 6: Moodboard <i>Cute</i>	35
FIGURA 7: Moodboard <i>Y2K</i>	36
FIGURA 8: Moodboard <i>High teen</i>	37
FIGURA 9: Paleta de cores <i>Cute</i>	38
FIGURA 10: Paleta de cores <i>Y2K</i>	39
FIGURA 11: Paleta de cores <i>High teen</i>	40
FIGURA 12: Esboço de <i>Grids</i> possíveis.....	42
FIGURA 13: Rascunho da capa do fichário <i>Cute</i>	43
FIGURA 14: Rascunho dos cereais no formato de animais fofos.....	44
FIGURA 15: Rascunho contracapa do fichário <i>Cute</i>	45
FIGURA 16: Processo de criação no <i>Illustrator</i>	46
FIGURA 17: Primeira versão de padronagem para a guarda do Fichário <i>Cute</i>	47
FIGURA 18: Versão final da padronagem para a guarda do Fichário <i>Cute</i>	47
FIGURA 19: Primeira versão de Arte gráfica da divisória <i>Cute</i>	48
FIGURA 20: Arte gráfica da divisória <i>Cute</i>	48
FIGURA 21: Esboço e ilustração digital do <i>Frame e Filler card</i>	49
FIGURA 22: Ilustração digital do chaveiro tag e foto da <i>idol</i> Yuqi do grupo.....	50
FIGURA 23: Rascunho da capa, lombada e contracapa do fichário <i>Y2K</i>	51
FIGURA 24: Esboço final e Arte gráfica final para a capa do fichário <i>Y2K</i>	51
FIGURA 25: Interface do Software <i>Illustrator</i>	52
FIGURA 26: Versão final da padronagem para a guarda do Fichário <i>Y2K</i>	53
FIGURA 27: Rascunho e arte gráfica da divisória para o Fichário <i>Y2K</i>	54
FIGURA 28: Rascunho e arte gráfica do <i>Frame e Filler card Y2K</i> ,.....	55
FIGURA 29: Arte gráfica do chaveiro tag <i>Y2K</i> e foto Haerin do.....	55

FIGURA 30: Rascunho de capa e alternativas para a lombada do fichário <i>High</i>	57
FIGURA 31: Arte gráfica do fichário <i>High teen</i>	57
FIGURA 32: Padronagem para a guarda do Fichário <i>High teen</i>	58
FIGURA 33: Rascunho e arte gráfica da divisória para o Fichário <i>High teen</i> com...	59
FIGURA 34: Rascunho e arte gráfica do Frame e Filler card <i>High teen</i>	60
FIGURA 35: Rascunho e arte gráfica do chaveiro tag <i>High teen</i> com.....	60
FIGURA 36: Mockup do fichário e divisória <i>Cute</i>	61
FIGURA 37: Divisória e chaveiro tag <i>Cute</i>	62
FIGURA 38: Mockup do fichário, frame e filler card <i>Cute</i>	62
FIGURA 39: Frame e filler card <i>Cute</i> impressos.....	63
FIGURA 40: Frame card <i>Cute</i> impresso junto ao photocard do Haechan do.....	64
FIGURA 41: Mockup do fichário e divisória <i>Y2K</i>	65
FIGURA 42: Divisória e chaveiro tag <i>Y2K</i>	66
FIGURA 43: Mockup do fichário e frame card <i>Y2K</i>	66
FIGURA 44: Frame e filler card <i>Y2K</i> impressos.....	67
FIGURA 45: Frame card <i>Y2K</i> impresso junto ao photocard da Minji do grupo.....	68
FIGURA 46: Mockup do fichário e divisória <i>High teen</i>	69
FIGURA 47: Divisória e chaveiro tag <i>High teen</i>	70
FIGURA 48: Mockup do fichário e frame card <i>High teen</i>	70
FIGURA 49: Frame e filler card <i>High teen</i> impressos.....	71
FIGURA 50: Frame card <i>High teen</i> impresso junto ao photocard.....	72

Sumário

1. Introdução	10
2. K-pop e kpopers	12
2.1 A Coreia do Sul e o mercado cultural	12
2.2 O que é K-pop?	14
2.3 K-pop no Brasil	15
2.4 O mercado de produtos de K-pop no Brasil	17
3. A Cultura do colecionador	20
3.1 Colecionismo	20
3.2 O Colecionismo no K-pop	21
3.3 As redes sociais como estímulo no consumo de produtos de K-pop	22
4. Projeto e desenvolvimento	26
4.1 “Minha primeira coleção”	26
4.2 Análise de similares	26
4.3 Formatos e Materiais	33
4.4 Processo de criação e desenvolvimento da coleção	35
4.5 Mood boards	35
4.6 Paleta de Cores	39
4.7 Esboço e Ilustração digital	42
4.7.1 Cute	44
4.7.2 Y2K	51
4.7.3 High teen	57
4.8 Produtos Finais	62
4.8.1 Tema Cute	62
5. Conclusão	74
Referências	75
Anexo	81

1. Introdução

Enquanto estava chegando ao final do curso de Comunicação Visual Design, comecei a me preocupar com o tema do Trabalho de Conclusão de Curso, a única certeza que tinha é que o tema a ser escolhido deveria ser algo que eu gostasse, levando em consideração que passaria um ano pesquisando e desenvolvendo o projeto. Minha escolha natural foi o K-pop, gênero musical que gosto e acompanho há 9 anos, que me inspira em vários aspectos da minha vida, como por exemplo o acadêmico, pois pretendo continuar meus estudos com uma pós-graduação na Universidade Nacional de Artes da Coreia. Como um estilo musical com forte apelo visual, decidi trazer o K-pop como tema central e o sub-nicho dos colecionadores nesse projeto, já que colecionar itens relacionados a este universo é um *hobbie* que adquiri recentemente.

K-pop, abreviação de Korean Pop, é o estilo musical popular sul-coreano. A Coreia do Sul possui um forte cenário cultural graças a seu grande investimento no mesmo. O ex-presidente sul-coreano Roh Moo-Hyun declarou em 2003 que tinha como objetivo tornar a Coreia um dos “cinco principais produtores de conteúdo do mundo até 2010”. K-Pop, K-Dramas, moda, comida, cosméticos e estilo de vida coreano começaram a se espalhar pelo mundo e esse fenômeno foi denominado como *Hallyu*, a Onda Coreana. Os conteúdos da cultura pop coreana chegaram primeiro à China que tinha uma grande demanda para conteúdos estrangeiros devido às duras restrições que o país impôs aos produtos americanos e europeus.

Com o gênero musical já consolidado no mercado asiático, o K-pop se torna mais presente no mercado ocidental por volta de 2009 com alguns nomes como Wonder Girls, Girls' Generation, Super Junior, BIGBANG, 2NE1 e PSY. No Brasil, a popularidade do gênero se fazia presente, músicas de K-pop eram tocadas em baladas que não tinham como foco o ritmo musical, portais de música pop divulgavam informações de artistas de K-pop, eventos voltados para essa cultura

começavam a acontecer enquanto os fãs buscavam um jeito de trazer os artistas que tanto amam para mais perto deles. Empresas de K-pop investem muito nos artistas e nos conteúdos dos mesmos, um exemplo disso são os CD's que não se limitam a uma capa de acrílico com folheto das letras de música e trazem diversos formatos, designs e complementos ao produto fazendo com que fãs ainda estejam consumindo CD's físicos mesmo em uma era de músicas em *streaming*. São vários itens que constituem os álbuns físicos de K-pop, que podem variar de álbum para álbum, mas existe um item que é um componente principal e não pode faltar, o *photocard*, cartões de foto do artista ou dos artistas que incentivam o consumo dos fãs querendo ter a sorte de tirar um cartão com seu membro favorito. Dentro desse cenário de álbuns físicos super bem produzidos e com diversos itens existe um subnicho de fãs de K-pop, os colecionadores, que adquirem os álbuns muitas vezes somente pelos itens extras e pela possibilidade de tirar um cartão de seu membro favorito.

A *Hallyu* não se restringe somente a música, ela fomenta o consumo de produtos *Fan-made*, feitos de fãs para fãs. Devido ao grande número de fãs de K-pop no Brasil, a falta de produtos oficiais no país e a grande vontade de ter seus artistas favoritos por perto, há uma grande demanda dos fãs de K-pop por esses produtos. Essa grande demanda fez surgir pequenos empreendedores, no qual eu me incluo, que em sua grande maioria também são fãs, que atuam no e-commerce, nas feiras e eventos vendendo seus produtos que possuem um grande mercado de consumidores fãs de K-pop.

2. K-pop e kpopers

2.1 A Coreia do Sul e o mercado cultural

As pessoas falam do K-pop como um gênero musical, mas não é bem isso, é mais um conceito. (HERMAN, 2018).

De acordo com o sociólogo Jonh Lie (2012) percorrendo a linha do tempo da história musical coreana podemos chegar a última metade da longa dinastia Joseon (1392 - 1910) onde encontramos a península dividida musicalmente. Os nobres eram influenciados pela cultura chinesa com seus rituais quietos e organizados utilizando instrumentos delicados provenientes dessa cultura, enquanto os plebeus praticavam rituais xamanísticos emocionais e expressivos com tambores em melodias folclóricas.

A ocupação japonesa (1910 - 1945) e posteriormente a liberação pelos Estados Unidos da América (EUA), influenciaram o cenário musical da península coreana que deu mais lugar aos gêneros japoneses e ocidentais. Durante o período de ocupação os coreanos eram influenciados pelos meios de comunicação japoneses, além de músicas nipônicas, os gêneros ocidentais, do clássico ao popular eram muito disseminados devido às influências que o Japão recebia do ocidente após o Tratado de *Kanagawa*¹. Apesar da profunda influência japonesa no cenário musical coreano, com o fim da ocupação japonesa, a chegada dos norte-americanos trouxe gêneros como rock, jazz, blues e pop que podiam ser ouvidos tanto nas rádios e televisão como em bares e danceterias perto das bases militares. Esse era o contexto entre as décadas de 1950 e 1960.

A urbanização rápida e compactada da Coreia do Sul permitiu uma maior proximidade com produtos culturais estrangeiros através dos meios de comunicação. Nos anos 1970 as músicas tradicionais continuavam populares, especialmente no campo, já em áreas urbanas, apesar da elite abraçar a música ocidental clássica, a música popular prevalente era *trot*, uma variante coreana do *enka*, gênero musical japonês. Os artistas dessa época se apresentavam parados,

¹ O Tratado de *Kanagawa* de 1854 acabou com mais de 200 anos de isolamento (período *Sakoku*) do Japão. Desde o período *Sakoku*, apenas os holandeses eram permitidos na ilha artificial de *Dejima* em *Nagasaki*. Em 1853 tudo mudou quando uma esquadra dos EUA ancorou na baía de *Edo*.

vestidos com a tradicional vestimenta étnica ou roupa conservadora "ocidental", um representante do estilo musical popular da época era Cho Yong-pil, estilo esse que ficou conhecido como *Gayo*².

Os anos 1970 foram uma época bastante opressiva politicamente sob o regime do general Park Chung-hee (1961 - 1979) quando foram banidas diversas músicas do gênero *trot* por conta de suas influências japonesas e músicas progressivas como o rock, por sua associação a corrupção e decadência. E esse regime se baseava no nacionalismo e confucionismo para justificar sua política culturalmente restritiva. O cenário musical escasso, com pouca variedade, levou os coreanos a buscar músicas banidas pelo governo como as coreanas, japonesas, americanas e ocidentais.

Durante seu governo, Park Chung-hee fomentou o crescimento tecnológico no país por meio de importações e construção de instalações industriais aumentando a economia do país, sendo um dos resultados desse crescimento o aumento do entretenimento popular. Nos anos 1980 a televisão se tornou um item essencial do lar coreano e nesses aparelhos televisivos eram (e ainda são) transmitidos programas de variedades musicais, onde os artistas apresentavam suas músicas mais recentes para uma platéia e esse gênero se tornou muito popular.

A transformação tecnológica facilitou a produção e reprodução da música popular e nesse cenário de transformações surgiu o pós-*gayo*. A música popular coreana apresentava uma sonoridade claramente contemporânea e ocidental, foi quando em 1992 estreou SeoTaeji & Boys, um grupo pioneiro em vários aspectos com a incorporação do rap, hip-hop na música popular sul-coreana, coreografia como elemento significativo de uma performance e letras além das normas culturais aceitáveis na cultura popular da época. O grupo se lançou na indústria musical como algo novo trazendo as últimas tendências americanas em termos de som e movimento, mesmo com a resistência da crítica o grupo se tornou um grande sucesso entre os jovens sul-coreanos.

Como mencionado no parágrafo anterior seu grande sucesso se deve pela fusão das tendências musicais ocidentais da época com letras inovadoras que tratavam dos problemas da sociedade coreana e estimulava o pensamento individual dos jovens que sucedeu em uma onda de sucesso. O sucesso do grupo

² Significa pop coreano, o nome K-pop vem do movimento de exportação do gênero, mas na própria Coreia, o pop já era chamado *gayo*

levou as gravadoras e agências a inovarem no meio musical coreano procurando replicar esse sucesso e transformar cantores em estrelas.

Lee Soo Man, um *DJ* e *TV host* que voltou à Coreia de uma viagem aos Estados Unidos, influenciado pela revolução da *MTV (Music Television)* e a era do Michael Jackson fundou o *SM Studio* (1989), hoje conhecido como *SM Entertainment*. Com esta agência foi desenvolvido o sistema “*in-house*” onde além de produzir seus artistas, eles controlariam todos os aspectos da carreira deles visando os objetivos da empresa como, treinamento, gestão, marketing etc. Com seu empreendimento Lee Soo Man enxergou a música como próximo artigo de exportação, em uma entrevista exibida no documentário “*Explained*” (2018) ele afirma: “(...) precisamos comercializar a música como uma mercadoria cultural.”

A Coreia do Sul se destacava por um grande crescimento financeiro e econômico nos anos 90, mas em 1997 ela foi atingida pela Crise financeira asiática³, que além de desvalorizar fortemente sua moeda também derrubou suas Bolsas de Valores interrompendo o crescimento econômico. Depois dessa grande crise o governo da Coreia do Sul pensou na cultura como a nova indústria de exportação do país e em 1999 foi aprovada uma lei destinada a promover a cultura e a arte onde 1% do Produto Interno Bruto (PIB) seria investido nesses meios. *SM Entertainment*, *JYP Entertainment* e *YG Entertainment* as 3 grandes empresas de entretenimento da época aproveitaram esse apoio do governo para crescerem ainda mais.

2.2 O que é K-pop?

O termo K-pop foi concebido pela imprensa estrangeira e é usado por todo o mundo mas na Coreia, o termo usado é “*Idol groups*” (grupos de ídolos) pois são criados por um processo específico no qual as empresas de entretenimento fazem audições onde recrutam os jovens, os ensinam a cantar, dançar e atuar e criam um grupo que se encaixe perfeitamente. Nestes grupos, cada membro costuma ter seu papel específico, um fica com o papel de dançarino principal, outro como rapper, vocalista principal etc.

³ A crise asiática foi um período de recessão econômica que atingiu grande parte dos países da Ásia em 1997 — em especial os chamados tigres asiáticos, o conjunto de países emergentes do Sudeste Asiático que, no momento, se destacavam por um grande crescimento e desenvolvimento econômico.

Um ponto marcante no K-pop são seus aspectos visuais, que são bastante enfatizados. A direção de arte envolve processos criativos que comunicam o conceito, imagem e narrativa a ser passada, os recursos visuais são utilizados e enfatizados tanto quanto a música. Com a influência do ocidente como descrito nos parágrafos anteriores e pelo grande caráter de exportação que o K-pop tem, as letras de música desse gênero musical costumam ter algumas palavras em inglês o que as fazem mais marcantes e populares, além de diversos gêneros musicais e um aspecto experimental que pode ir do *electropop* para o *hip-hop* em uma mesma música, como por exemplo no single “Q.Q” do grupo NMIXX.

Apesar de ser descrito como um gênero musical, o K-pop mistura diversos gêneros, é um estilo que assim como abraça sua cultura é influenciado pelas tendências estrangeiras criando sua própria identidade sonora e visual que possui fãs em todas as partes do mundo, inclusive no Brasil.

2.3 K-pop no Brasil

A popularização do K-pop no Brasil se deu principalmente por meio da internet, onde as redes sociais têm um grande papel. Por volta do início dos anos 2010, quando entrei no mundo do K-pop, era possível encontrar *Tumblrs*, *blogs* e páginas no *Facebook* dedicados a artistas de K-pop ou ao estilo musical no geral, os fãs, nessa época um grupo relevante, marcavam presença nas redes sociais. As empresas de K-pop voltavam seu interesse para mercados emergentes após suas tentativas mal sucedidas de entrar no mercado norte americano, com isso voltaram seus olhos ao público presente nas redes sociais e passaram a trazer grupos e solistas para países da América do Sul.

Esses eventos com artistas coreanos despertavam bastante atenção da mídia brasileira, que fazia matérias sobre os mesmos para telespectadores de todo o Brasil, segundo a socióloga Roberta Machado o programa “Leitura Dinâmica” (2011) se tornou um grande aliado dos fãs realizando enquetes sobre o próximo grupo deveria vir ao Brasil, o que chamou a atenção de empresas de TV coreanas.



Figura 1 - Pesquisa do programa leitura dinâmica, 2018.

Disponível em: **A ONDA COREANA: um levantamento sobre o k-pop no brasil e o kpopper brasileiro**, p. 25 <https://app.uff.br/riuff/handle/1/10204>

Esse período de presença na internet e grande repercussão da mídia fomentou os encontros de fãs, com concursos de dança *cover*, gincanas, músicas, lojas e outras atividades. O K-pop já estava tendo bastante reconhecimento no Brasil, mas o fenômeno viral *Gangnam Style* lançado em 2012 do rapper coreano PSY foi além das expectativas dos fãs de música coreana. Seu vídeo de música bugou⁴ o algoritmo do Youtube e conseqüentemente atingiu um enorme sucesso no Brasil e o artista chegou a se apresentar no carnaval da Bahia.

⁴ Bugar é uma gíria para retirada da palavra americana *bug*. Ela significa defeito, falha e é usada para falar sobre algo que parou de funcionar naquele instante.

A popularidade da música gerou impacto no Brasil, que, a partir daquele momento, receberia cada vez mais shows de KPop e passaria a produzir cada vez mais matérias sobre K-pop, dando destaque a vários grupos, muitas vezes tentando acertar quem seria o próximo Psy. (REIS, 2018)

Além das empresas de K-pop estarem de olho no Brasil, o governo coreano também estava, com a edição brasileira do Music Bank (2014), programa da TV coreana que gerou uma turnê em vários países com diferentes artistas em sua *line-up*, que conta com o apoio do governo sul-coreano. Desde 2010 vários shows de K-pop têm sido realizados no Brasil, após a Pandemia, com a volta dos eventos por todo o país foram confirmados diversos shows de K-pop.

A mídia contribui para levar o K-pop a várias pessoas mas um trabalho que alguns fãs exercem é essencial para outras pessoas conhecerem ainda mais os artistas: as *fanbases*, páginas em redes sociais dedicadas a um artista ou grupo de K-pop onde são postadas atualizações, campanhas, traduções, tutoriais e outros para ajudar o artista e os fãs. Na internet, portais sobre K-pop, cultura coreana e asiática no geral também marcam presença, o Portal “Nunca Pause o MV⁵” que se descreve como “Portal de notícias, *charts*⁶ e interação sobre música, cultura e cotidiano asiático” possui 87,7 mil seguidores na sua maior rede social, o que mostra a grande presença dos fãs dessas culturas.

2.4 O mercado de produtos de K-pop no Brasil

O mercado de produtos relacionados ao K-pop é muito grande, vai de álbuns físicos a produtos inesperados como cabides com o rosto do seu artista favorito. Entre os anos 2000 e 2010 fãs brasileiros teriam que correr atrás de lojas internacionais para comprar produtos de seus ídolos com o valor em dólar e quando o produto chegasse ao Brasil estaria sujeito a taxas de importação. Com o crescimento do K-pop no Brasil nos últimos anos há atualmente uma grande demanda dos fãs por produtos de seus artistas favoritos. Mesmo com essa grande

⁵ Disponível em: <https://twitter.com/npomvtt>

⁶ O *chart* ou parada musical é um método de classificar canções de acordo com sua popularidade durante um determinado período de tempo.

demanda não é muito comum ver produtos de K-pop em grandes lojas varejistas e salvo algumas exceções ainda não é possível encontrar uma grande variedade nessas lojas. Essa ausência não só deixou uma brecha para plataformas estrangeiras de venda de produtos presentes no Brasil, como a *Shopee*, venderem produtos para esse nicho como também fomentou o surgimento de lojas criadas por fãs, que importam e criam seus próprios produtos.

Um aspecto muito importante quando se fala de mercado de produtos de K-pop são as redes sociais. No Brasil, país com uma extensão continental, a internet possibilita que um fã no Acre adquira um produto do Rio de Janeiro por meio das redes sociais e por mais que várias lojas possuam sites para exibição e compra de seus produtos, as redes sociais têm o papel de divulgar as mesmas. É por meio das redes sociais que as pessoas descobrem os produtos, se engajam e possivelmente acabam comprando e até divulgando a loja para outras pessoas.

Os fãs têm comportamentos específicos em cada rede social, como vendedores ou compradores. No *Tiktok*, plataforma de vídeos curtos, por exemplo, os fãs gostam de compartilhar suas coleções, *Mail Day* (encomenda recebida do dia), interagem com suas lojas favoritas, entre outros. Como vendedores os fãs donos de lojas de K-pop podem alcançar outros fãs com vídeos embalando pedidos, de *Unboxing*⁷, lançamento e vídeos divertidos acompanhando as tendências da rede. Redes sociais de mensagens também são muito usadas pelos *kpopppers* que querem vender e comprar seus produtos, sejam novos ou de segunda mão, nela é comum ver grupos onde os fãs podem anunciar itens que estão vendendo, comprando e fazer novas amizades.

Os fãs usam de maneira mais dinâmica a rede social *Twitter*, que é uma rede social de notícias, nela eles podem saber quando a *pré-venda* de um novo álbum irá começar e quando as lojas irão anunciar a venda do mesmo. Já no *Instagram*, que é uma rede social mais visual e de conteúdo, ultimamente, as lojas de K-pop exploram todas as formas de conteúdo que a plataforma permite, desde fotos dos produtos em si a postagens com conteúdo de valor para os fãs, na maioria da vezes com um apelo visual. Já os fãs que consomem produtos dessas lojas gostam de compartilhar fotos utilizando o produto e marcar suas lojas favoritas.

⁷ A palavra *unboxing* serve para descrever o ato de tirar algo de uma caixa.



Figura 2 - Stories da @galagakero com produto comprado na @lojachustore, 2022.

Acesso em: 09/10/2022, disponível em: [@lojachustore](https://www.instagram.com/lojachustore)

Apesar da pouca variedade, algumas empresas brasileiras vendem produtos licenciados ou importados de K-pop. A empresa de maquiagem Lacre 21 lançou em outubro de 2020 juntamente com BT21, personagens criados pelos membros do grupo BTS em parceria com o aplicativo de mensagens *Line*, uma linha de maquiagem que teve grande procura dos fãs, esgotando alguns itens e levando o site da marca a ter mais de 15 mil acessos simultâneos. Por serem licenciados e produzidos no Brasil o custo de venda é mais barato relacionado ao dos produtos importados, sendo esta segunda opção não muito atrativa para os fãs que preferem não adquirir o produto por meio de grandes empresas que importam o mesmo.

As lojas criadas por fãs são a grande maioria no mercado brasileiro de produtos de K-pop que atuam principalmente no meio digital, mas também estão presentes em feiras e eventos que atendem a demanda de fãs que querem demonstrar apoio aos seus ídolos e fazer parte de algo. Os produtos desse nicho tem uma grande demanda e procura dos fãs que consomem em sua maioria CD's físicos de seus artistas que possuem um grande apelo visual e comercial.

3. A Cultura do colecionador

3.1 Colecionismo

O colecionismo, cujo significado segundo o dicionário da língua portuguesa Aurélio (2010) é “atividade ou hábito de colecionar” está presente desde o processo histórico do desenvolvimento humano onde na aprendizagem com erros, acertos e invenções o ser humano armazenava não só na memória mas também nos objetos resultantes dos seus experimentos por receio de perder a lembrança. Resumindo, no aspecto histórico, colecionar objetos é acumular registros ou memórias de acontecimentos onde o valor pode ser individual ou coletivo.

Na modernidade, o colecionismo resulta na reunião dos objetos mais diversos, desde embalagens a artigos de luxo. Com o desenvolvimento acelerado da cultura industrial no começo do século XX houve a ampla popularização do consumo de bens industrializados fomentado pela comunicação publicitária.

A partir do século 20, a produção em massa possibilitou que coisas antes restritas a reis – do papel higiênico perfumado a um copo de vidro – fossem acessíveis a toda a população. Antes, quem quisesse colecionar tinha de viajar pelo mundo e encontrar espécies raras de borboleta. Hoje, bugigangas coloridinhas, engraçadinhas, fofinhas e quase sem valor são reapropriadas: em vez de ir para o lixo, vão parar na gaveta ou na prateleira de gente que gosta de comprá-las, não tanto de usá-las. (NARLOCH, 2004)

Segundo o antropologista social Lopes (2010) as práticas de colecionar promovem o exercício da discriminação dos objetos existentes, e estes impulsionam no indivíduo, a ação de desempenhar a interpretação do significado das coisas e/ou dos objetos. Além disso, estimula o compartilhamento de informações reservadas entre os indivíduos que apresentam o mesmo interesse relacionado à prática de colecionar gerando sentimento de pertencimento.

3.2 O Coleccionismo no K-pop

No final dos anos 1990 o mercado de música digital começava a crescer e para se adaptar a esse novo cenário as empresas se dedicaram ao design dos CDs trazendo novos formatos para sua embalagem e inclusões extras, mas não apenas CDs, como abordado no capítulo anterior, o mercado de *merchandise* é uma parte importante da indústria do K-pop e com os mais diversos produtos para os fãs colecionarem.

Apesar da grande diversidade, os álbuns são os produtos de K-pop mais consumidos pelos fãs segundo as respostas do questionário em forma de formulário com perguntas elaboradas pela autora do trabalho para esta monografia (Apêndice A). É comum que o K-pop estimule os fãs a realizarem algumas atividades relacionada ao mesmo, a grande maioria começa a dançar e fazer *cover*⁸ de coreografias, mas outra atividade muito praticada pelos fãs é o colecionismo. “Eu já colecionava filmes e livros antes, mas agora foco em colecionar só produtos de kpop, por ser bem mais caro.” segundo o respondente “A”.

Vários motivos levam os fãs a gastarem dinheiro nesses produtos mas o maior motivo para fãs comprarem produtos oficiais de K-pop é para apoiar seus artistas favoritos, as vendas físicas de CD's por exemplo refletem em *charts* musicais coreanos, O respondente “B” é um deles: “(...) sinto que estou colaborando com o crescimento deles em relação a álbuns vendidos, mesmo que seja pouco.” Ao adquirir algo físico de seu ídolo o fã externaliza seus sentimentos, o fato de poder ter perto e olhar o artista do qual tanto gosta o deixa feliz além de trazer um sentimento de pertencimento ao compartilhar sua paixão com outras pessoas com o mesmo interesse.

Como abordado anteriormente os álbuns de K-pop possuem diversas inclusões além do CD propriamente dito, as mais populares delas são os *photocards*, colecionadores desses itens chegam a gastar um valor que daria para comprar um smartphone para completar suas coleções. Esses itens estão majoritariamente incluídos em versões aleatórias dentro do álbum musical em números limitados. Em uma das respostas do questionário um fã relata: “(...) achei

⁸ Dançar, copiar a coreografia de um artista

interessante também cada álbum vir com pelo menos um photocard de membro e gosto muito quando compro algo lacrado e na expectativa de saber quem tirei”.

Como um item aleatório o fã procura trocar o photocard com outros colecionadores quando não consegue o artista ou versão desejada, conforme completa sua coleção a maioria dos fãs colocam seus itens em fichários e álbuns de fotos comumente personalizados e enfeitados com o tema que desejam dar ou ao artista.



Figura 3 - Fichário de coleção, 2022.

Acesso em: 14/10/2022, disponível em: [Pinterest](#)

3.3 As redes sociais como estímulo no consumo de produtos de K-pop

Quando surgiu, o e-commerce era visto como o auge da revolução do consumo onde todas as mercadorias do mundo estariam disponíveis para fácil acesso e comparação. Hoje em dia ter um domínio na internet não basta para lojas virtuais venderem seus produtos, elas têm que estar presentes nas redes sociais. Segundo a publicitária Rafaela Frankenthal (2018) por muito tempo a relação

entre consumidor e vendedor costumava ser bem simples, um lado vende e o outro compra, com o crescimento das redes sociais a opinião e percepção dos consumidores ganharam mais relevância.

O engajamento dos consumidores nas redes sociais permite a troca de informações sobre produtos e serviços, *reviews*⁹ são muito comuns em redes sociais de vídeo como TikTok, que é como uma revista eletrônica constituída por pequenos vídeos de fácil e rápido consumo, nesses *reviews* o consumidor mostra os produtos adquiridos em uma ou mais lojas dando suas opiniões sobre a mesma e sua satisfação com o produto.



Figura 4 - Vídeo review de loja e álbum de K-pop, 2022.

Acesso em: 16/10/2022 , disponível em: [TikTok](https://www.tiktok.com/@newjeans/video/7011111111111111111)

De acordo com o estudo do Spiegel Research Center (2022) a probabilidade de compra de um produto com cinco comentários é 270% maior em comparação

⁹ Um *review* de produto é quando o cliente expõe a experiência de compra sobre determinado item, seja ela positiva ou negativa.

com aqueles sem nenhum comentário. Além de comprovar ou não a qualidade do produto a *review* funciona como uma prova social, um fenômeno psicológico onde as pessoas assumem as ações de outras na tentativa de refletir o comportamento correto para uma determinada situação, gerando mais vendas.

“Nosso desejo de nos encaixar ou nos identificarmos com indivíduos e grupos é a principal motivação para muitos de nossos comportamentos de consumo.” (SOLOMON, 2017). Grupos influenciam as decisões de compra do indivíduo, trazendo para o mundo do K-pop, o “sub nicho” de fãs *collectors* ou colecionadores, que influenciam outras pessoas a fazer ou querer fazer parte da sua comunidade por meio de postagens, por exemplo, fãs que mostram sua coleção e produtos que complementem a mesma gerando o desejo em outros indivíduos de tê-los.



Figura 5 - Postagem de uma conta de colecionadora de K-pop, 2022.

Acesso em 18/10/22, Disponível em: [Instagram](https://www.instagram.com/bluehuor)

As plataformas de mídia social não só aumentaram significativamente o acesso a opiniões sobre produtos e serviços, como também facilitaram a interação e criação de comunidades, grupos, *hobbies* etc. Pessoas se unem em comunidades virtuais com aqueles que compartilham uma paixão em comum, usuários postam conteúdo online que satisfazem seus seguidores e os levam a desejar os produtos mostrados no vídeo. Os usuários, principalmente aqueles com grande influência no seu nicho, desempenham um papel fundamental na divulgação, recomendação e geração de desejo em um produto. É por meio das redes sociais que os colecionadores dividem sua paixão com outras pessoas da comunidade.

Tendo em vista esse cenário a presente coleção de produtos foi elaborada levando em consideração a intenção de vendê-la na loja virtual da autora, [Chu Store](#), voltada para o público alvo descrito neste trabalho.

4. Projeto e desenvolvimento

4.1 “Minha primeira coleção”

O objetivo do projeto é criar uma coleção de produtos para colecionadores de peças gráficas de K-pop, através dessa pesquisa foram elaboradas soluções gráficas para os produtos. Foram pensados três temas para essa coleção, cada um contendo: 1 fichário A5, 1 chaveiro ou tag para fichário, 1 divisória de fichário, 10 *filler cards* e 1 *frame card*. A função do *filler card* é organizar a coleção, ocupando o espaço de um item que o colecionador ainda não tem, já o *frame card* funciona como uma moldura para os *photocards* decorando os mesmos sem danificá-los.

4.2 Análise de similares

Dentro da temática de produtos para a coleção desenvolvida neste TCC analisei lojas e pessoas físicas que vendem esses produtos voltados para colecionadores de K-pop. Através de uma análise sincrônica estudei 15 produtos com a finalidade de conhecer a posição de produtos similares atualmente encontrados no mercado. Em seguida, uma planilha comparativa com alguns pontos analisados nos produtos.

Produto	Categoria	Análise
Fichário (Lucalab) 	Elementos gráficos	Estampa de caderno clássicos de estudantes estadunidenses (composition notebook), estampa quadriculada, coração e figura retangular imitando tag name, tipografia old school.
	Paleta de cores	Predominante preto e branco, rosa, lilás, azul e verde com branco.
	Tema	High teen.
	Preço	R\$150,00 a R\$230,00
	Material	Papelão Holler, papel couchê, trilho de fichário (3 e 6 argolas)
	Acabamento	Aparentemente fosco.
	Formato	A5 180x235xD37mm, 130x180xD30 mm e 105x110x33 mm.
	Fabricação	Industrial
	Extras	Elastico para fechar o fichário.
	Observação	x
Fichário (Belly Studios) 	Elementos gráficos	Modelo 1 → ilustração de armário locker escolar, interior com estampa composition modelo 2 → ícones de flor, coração e lua, faixa branca na parte de baixo, tipografia pesada com grafismos de brilho.
	Paleta de cores	Modelo 1 → Rosa, modelo 2 → tons cítricos, tons pastéis e preto e branco.
	Tema	Modelo 1 → High teen, modelo 2 → minimalista e fofo.
	Preço	R\$90,00 a R\$125,00
	Material	Papelão Holler, vinil adesivo, trilho de fichário (3 e 6 argolas)
	Acabamento	Fosco
	Formato	A4 e A5
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	x
	Observação	x
Fichário (Holy Doki) 	Elementos gráficos	Modelo 1 → ilustração de locker escolar, renda, estampa xadrez, tipografia caligráfica com pequenos elementos para agregar a mesma, interior com estampa xadrez modelo 2 → capa externa → ilustrações de renda estilizadas com coração, contracapa → tipografia manuscrita, rosas e pequenas ilustrações de brilho, capa interna → rendas, babados, laços, rosas, pedrarias, molduras douradas, coelho, morango ou lua no modelo moon.
	Paleta de cores	Modelo 1 → Rosa, lilás e preto modelo 2 → Rosa, preto, branco e dourado
	Tema	Modelo 1 → High teen, modelo 2 → lolita gothic e sweet.
	Preço	R\$109,00 a R\$139,00
	Material	Modelo 1 → papel adesivo, trilho de fichário com 2 argolas e PVC, modelo 2 → papel adesivo, trilho de fichário com 2 argolas e PVC.
	Acabamento	Modelo 1 → brilho, modelo 2 → brilho na contra capa e guarda.
	Formato	A5
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	Modelo 1 → Cadeado embutido, furo para chaveiro e bolso para colocar foto, modelo 2 → elástico chaveiro.
	Observação	x

Tabela (1/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.

<p>Capa/divisória para fichário (In Bloom Shop)</p> 	<p>Elementos gráficos</p> <p>Paleta de cores</p> <p>Tema</p> <p>Preço</p> <p>Material</p> <p>Acabamento</p> <p>Formato</p> <p>Fabricação</p> <p>Extras</p> <p>Observação</p>	<p>Modelo 1 → estampa composition, coração simulando uma etiqueta de nome modelo 2 → estampa xadrez.</p> <p>Modelo 1 → preto, lilás, azul e rosa, modelo 2 → variável.</p> <p>Modelo 1 → high teen, modelo 2 → preppy.</p> <p>R\$5,00</p> <p>papel 240g</p> <p>brilho e fosco.</p> <p>A5</p> <p>Manual/artesanal</p> <p>x</p> <p>x</p>
<p>Fichário (Ugh Shop)</p> 	<p>Elementos gráficos</p> <p>Paleta de cores</p> <p>Tema</p> <p>Preço</p> <p>Material</p> <p>Acabamento</p> <p>Formato</p> <p>Fabricação</p> <p>Extras</p> <p>Observação</p>	<p>Modelo 1 → corações em sobreposição, ícone de coração, tipografia e cor chapada no verso modelo 2 → degradê, tipografia e logo modelo 3 → ilustrações e logos simulando adesivos, tipografia e estampa grid.</p> <p>Modelo 1 e 2 → 2 cores variáveis, modelo 3 → cor variável mas sempre seguindo a paleta de tons pastéis.</p> <p>Modelo 1 → pop, Y2K, modelo 2 → minimalista, modelo 3 → fofo.</p> <p>R\$62,00</p> <p>Plástico rígido, vinil brilhoso e trilho de fichário com duas argolas.</p> <p>Briho</p> <p>A5</p> <p>Manual/artesanal.</p> <p>Elastico e chaveiro.</p> <p>O chaveiro é brinde para quem comprou na pré-venda.</p>

Tabela (2/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.

<p>Fichário (Usuário @bboksoir)</p>  	Elementos gráficos	Estampa composition ou quadriculada, coração imitando etiqueta de nome e tipografia.
	Paleta de cores	Tons pastéis.
	Tema	High teen
	Preço	R\$70,00
	Material	Provavelmente papelão holer, papel adesivo e triho de fichário com 6 argolas.
	Acabamento	Fosco
	Formato	A5
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	x
	Observação	x
<p>Fichário (Juju'bas)</p> 	Elementos gráficos	Estampa xadrez argyle, quadriculada ou composition, coração ou forma retangular imitando adesivo de nome, tipografia.
	Paleta de cores	Variável.
	Tema	High teen
	Preço	R\$50,00
	Material	Provavelmente papelão holer, papel adesivo e triho de fichário com 6 argolas.
	Acabamento	Fosco, brilho e glitter.
	Formato	A5
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	Elastico.
	Observação	Pela capa ser feita com impressão caseira o vendedor informa que pode conter marca de emenda e pequenos defeitos.
<p>Fichário (Uni Bloom Shop)</p> 	Elementos gráficos	Modelo 1 → tipografia, símbolo de código de barras, coração em blur, modelo 2 → estampa quadriculada, coração imitando uma etiqueta de nome, tipografia.
	Paleta de cores	Modelo 1 → rosa e azul, amarelo e azul, azul e rosa, verde pastel e verde, lilás e roxo, preto e rosa, preto e azul, preto e roxo, preto e verde na guarda branco para capas de tons pastéis e preto para capas na cor preta, modelo 2 → verde, rosa, amarelo, lilás e azul pastel, vermelho e preto com branco.
	Tema	Modelo 1 → revista, modelo 2 → high teen.
	Preço	R\$80,00 à R\$100,00
	Material	Sem informação sobre.
	Acabamento	Brilho
	Formato	A5 e A4
	Fabricação	Manual/artesanal.
	Extras	x
	Observação	x

Tabela (3/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.



<p>Fichário (Usuário @YeonjunPink)</p> 	Elementos gráficos	Personalizáveis, elementos mais comuns: fotos, colagens e tipografias.
	Paleta de cores	Variáveis.
	Tema	Artistas, grupos, músicas, álbuns e outros itens oficiais.
	Preço	R\$70,00 à R\$120,00 (R\$30,00 extra pela arte)
	Material	Papelão Holler, vinil e ferragem com 2, 3, 4 ou 6 argolas.
	Acabamento	Vinil.
	Formato	A5 (32 x 21cm com 2 argolas ou 24 x 18,5cm com 6 argolas) e A4 (32 x 30 cm).
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	x
	Observação	Diferente dos outros modelos analisados esse possui aba.
<p>Fichário (OXIVERSO)</p> 	Elementos gráficos	Personalizável, elementos mais comuns: estampas, tipografia, fotos.
	Paleta de cores	Variáveis.
	Tema	High teen, artistas, grupos.
	Preço	R\$70,00
	Material	Provavelmente papelão holler, papel adesivo e trilho de fichário com 6 argolas.
	Acabamento	Briho.
	Formato	A5
	Fabricação	Manual/artesanal.
	Extras	Bolso (para colocar foto) na capa, elástico.
	Observação	x
<p>Frame Card (Replay K-store)</p> 	Elementos gráficos	Modelo 1 → vinheta azul, ilustrações de coração e flores, grafismos de brilho e tipografia caligráfica, modelo 2 → vinheta rosa, ilustrações de corações, flores, nuvem e balão, modelo 3 → grafismos de círculos, confetes, brilhos, flores, corações, pato.
	Paleta de cores	Modelo 1 → verdes, azuis, amarelos, lilás e branco, modelo 2 → rosa, azul, verde e bege, modelo 3 → verde, amarelo, azul e branco.
	Tema	Modelo 1 → foto, modelo 2 → foto, modelo → bucolico.
	Preço	R\$1,60
	Material	Acetato.
	Acabamento	Cantos arredondados.
	Formato	6x9 cm
	Fabricação	Industrial
	Extras	x
	Observação	x

Tabela (4/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.

	<p>Elementos gráficos</p> <p>Paleta de cores</p> <p>Tema</p> <p>Preço</p> <p>Material</p> <p>Acabamento</p> <p>Formato</p> <p>Fabricação</p> <p>Extras</p> <p>Observação</p>	<p>Modelo 1 → borda de selo, sobreposição de coração, grafismos de brilhos, tipografia, modelo 2 → borda de selo, sobreposição de coração, grafismos de brilhos, tipografia, modelo 3 → ilustração de celular antigo, estrelas, formas geométricas, coração e tipografia.</p> <p>Modelo 1 → branco, rosa, lilás, amarelo, modelo 2 → preto e branco, modelo 3 → branco, rosa, lilás, amarelo.</p> <p>Pop e Y2K.</p> <p>R\$7,90</p> <p>Acrílico.</p> <p>4,5 x 4,5 cm aproximadamente</p> <p>Não se aplica a esse produto.</p> <p>Industrial.</p> <p>x</p> <p>x</p>
	<p>Elementos gráficos</p> <p>Paleta de cores</p> <p>Tema</p> <p>Preço</p> <p>Material</p> <p>Acabamento</p> <p>Formato</p> <p>Fabricação</p> <p>Extras</p> <p>Observação</p>	<p>Modelo 1 → degradê, grafismos de brilho, tipografia, caixa de seleção, modelo 2 → formas retangulares, quadradas e circulares, grafismos de brilho e coração, smile, tipografia, modelo 3 → textura de manchas de vaca, formas geométricas simulando papel recortado, grafismos de brilho, coração e borboleta, formas circulares, smile, caixa de marcação, tipografia, modelo 4 → textura composition, formas geométricas simulando papel recortado, grafismos de brilho, coração e borboleta, formas circulares, smile, caixa de marcação, tipografia.</p> <p>Modelo 1 → lilás, rosa, azul, amarelo, branco, modelo 2 → branco, amarelo, lilás, roxo, modelo 3 → preto e branco, amarelo, salmão, verde, lilás, azul, modelo 4 → azul, verde, rosa, amarelo, vermelho (cores bastante saturadas).</p> <p>Modelo 1 → clássico e divertido, modelo 2 → interface de computador, modelo 3 → divertido, colagem, modelo 4 → divertido, colagem.</p> <p>R\$8,00 (12 unidades)</p> <p>240g papel offset.</p> <p>Briho.</p> <p>6,8x9 cm</p> <p>Manual/artesanal</p> <p>x</p> <p>A laminação briho permite re o Filer Card seja reutilizado.</p>

Tabela (5/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.

	Elementos gráficos	cor chapada, blur, grafismos de brilho, planeta e coração, linhas curvas e retas, tipografia.
	Paleta de cores	Kit no geral → rosa e amarelo bebê.
	Tema	Grafismo.
	Preço	R\$7,00 (8 unidades)
	Material	210g papel offset.
	Acabamento	x
	Formato	8,5x5,5 cm
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	x
	Observação	x
	Elementos gráficos	Estampa quadriculada e de coração, sombra, formas retangulares retas e arredondadas, quadrados, caracteres, contorno, tipografia e grafismos de coração.
	Paleta de cores	Rosa, roxo, azul, amarelo, verde (cores personalizáveis), branco e azul.
	Tema	Interface computador.
	Preço	R\$9,00 à R\$10,00 (9 unidades)
	Material	Papel 240g.
	Acabamento	sem acabamento, brilho e fosco.
	Formato	8,5x5,5 cm
	Fabricação	Manual/artesanal
	Extras	x
	Observação	x

Tabela (6/6) - Análise de similares, elaborada pela autora.

Pela análise de similares pude constatar que os elementos gráficos mais comuns nesses fichários são estampas, grafismos e tipografia, a paleta de cores mais utilizada é a de tons pastéis e preto e branco, rosa, lilás, azul e preto são cores muito utilizadas também, a média de preço no mercado atualmente é R\$140,00 (considerando o mercado internacional) e R\$94,00 (considerando somente o mercado nacional).

Um tema muito popular entre esses produtos é o *High Teen* que é um termo *konglish* (uma mistura de coreano e inglês) derivado das palavras *high school* e *teenager*, se refere a vários aspectos da cultura pop no que se refere aos jovens. O *High teen* é uma tendência na Coreia do Sul que refletiu na utilização da mesma entre as marcas coreanas como a Lucalab, analisada anteriormente, e posteriormente entre os colecionadores brasileiros de K-pop. O design minimalista também apareceu bastante, embora em menor quantidade.

Observando a parte da produção dos produtos pode chegar a conclusão que a maior parte deles é artesanal com todos ou quase todos os processos feitos a mão, o formato mais utilizado é A5, por ser mais fácil de armazenar e mais fácil de produzir artesanalmente. Os materiais mais usados são: papelão holler, papel adesivo e trilho de 6 argolas, enquanto a laminação fosca e com brilho são as mais utilizadas para o acabamento. Alguns fichários se diferenciavam por possuir elástico para fechar ou bolso na capa para colocar foto.

Outros produtos analisados em menor quantidade foram: chaveiro tag, divisória para fichário, *filler cards* e *frame card*. Grafismos, ilustrações e tipografias são os elementos mais comuns, bem como tons pastéis, preto e branco, cores rosa e lilás com temas divertidos e fofos no geral.

4.3 Formatos e Materiais

1) Fichário

Formato: 24 x 18,5 cm

Materiais:

- Papelão holler
- Vinil adesivo
- Rebite
- Ilhós
- Trilho de fichário 2D30
- BOPP Fosco

O papelão holler é um material resistente que oferece qualidade e durabilidade ao produto final, feito 100% de sobras de diversos papéis e totalmente reciclável, sua rigidez faz com que a capa não envergue ou se curve com facilidade. O modelo 2D30 possui uma capacidade maior em relação aos modelos de argolas redondas o que possibilita ao colecionador guardar mais *photocards* no seu seu fichário. O acabamento aumenta a durabilidade do material evitando, descoloração, arranhões e possíveis avarias ao produto.

2) Chaveiro tag para fichário

Formato: 4,5 x 4,5 cm aproximadamente

Materiais:

- Polaseal
- Papel fotográfico glossy
- Corrente de bolinhas

A plastificação do papel fotográfico é uma alternativa mais econômica e de fácil produção para o produto final, chaveiro tag, diminuindo os custos da produção e consequentemente o valor final para os consumidores, é um material mais maleável em relação a outras opções para o chaveiro tag mas ainda cumpre bem sua função.

3) Divisória de fichário

Formato: 14,8 x 21 cm

Material:

- Papel fotográfico matte

4) Filler card

Formato: 5,5 x 8,5 cm

Material:

- Papel fotográfico matte

Esse tipo de papel fotográfico permite uma maior absorção e resolução para as cores o que permite que a arte gráfica se destaque mais, a superfície matte permite que a pessoa escreva com qualquer caneta ou lápis.

5) Frame card

Formato: 5,5 x 8,5 cm aproximadamente

Material:

- PVC transparente 0,3 mm

4.4 Processo de criação e desenvolvimento da coleção

Para o tema dessa coleção de produtos para colecionadores de K-pop me inspirei nos conceitos populares no estilo musical, comunicando as características marcantes de cada conceito escolhido no qual os fãs podem reconhecer e se relacionar.

Dentro do K-pop, chamam-se de conceitos os temas que guiam os lançamentos de um grupo/artista, influenciando sua música, clipe, estilo, ensaios fotográficos e, em alguns casos, até a personalidade pública dos integrantes.. (PÓSS, 2022)

Os temas escolhidos foram, *Cute*, *Y2K* e *High teen*, escolhidos por serem os conceitos mais usados nessa e em gerações¹⁰ anteriores do K-pop.

4.5 Mood boards

O *mood board* é um arranjo de imagens, materiais, partículas de texto, etc. destinados a evocar ou projetar um estilo ou conceito particular (Oxford Languages, 2010). Desenvolvi três *mood boards* dos temas escolhidos: *Cute*, *Y2K* e *High teen*.

¹⁰ O modelo de treinamento antes do *debut* adotado pelas agências de entretenimento da Coreia permitiu que o *debut* dos grupos de K-pop acontecesse de forma sazonal, em intervalos de tempo quase coordenados. Isto fez com que as chamadas gerações do K-pop surgissem, indicando a época de *debut* de cada grupo, bem como os grupos mais marcantes da cada era do pop coreano.



Figura 6 - Moodboard *Cute*.

Cute, fofo em português, aqui se refere a algo “bonito, meigo ou que suscita ternura ou afeto.” segundo o dicionário Priberam (2022). Algumas características tornam uma peça gráfica, audiovisual ou de outra forma de mídia fofo como a escolha de cores em tons pastéis, formas arredondadas etc.

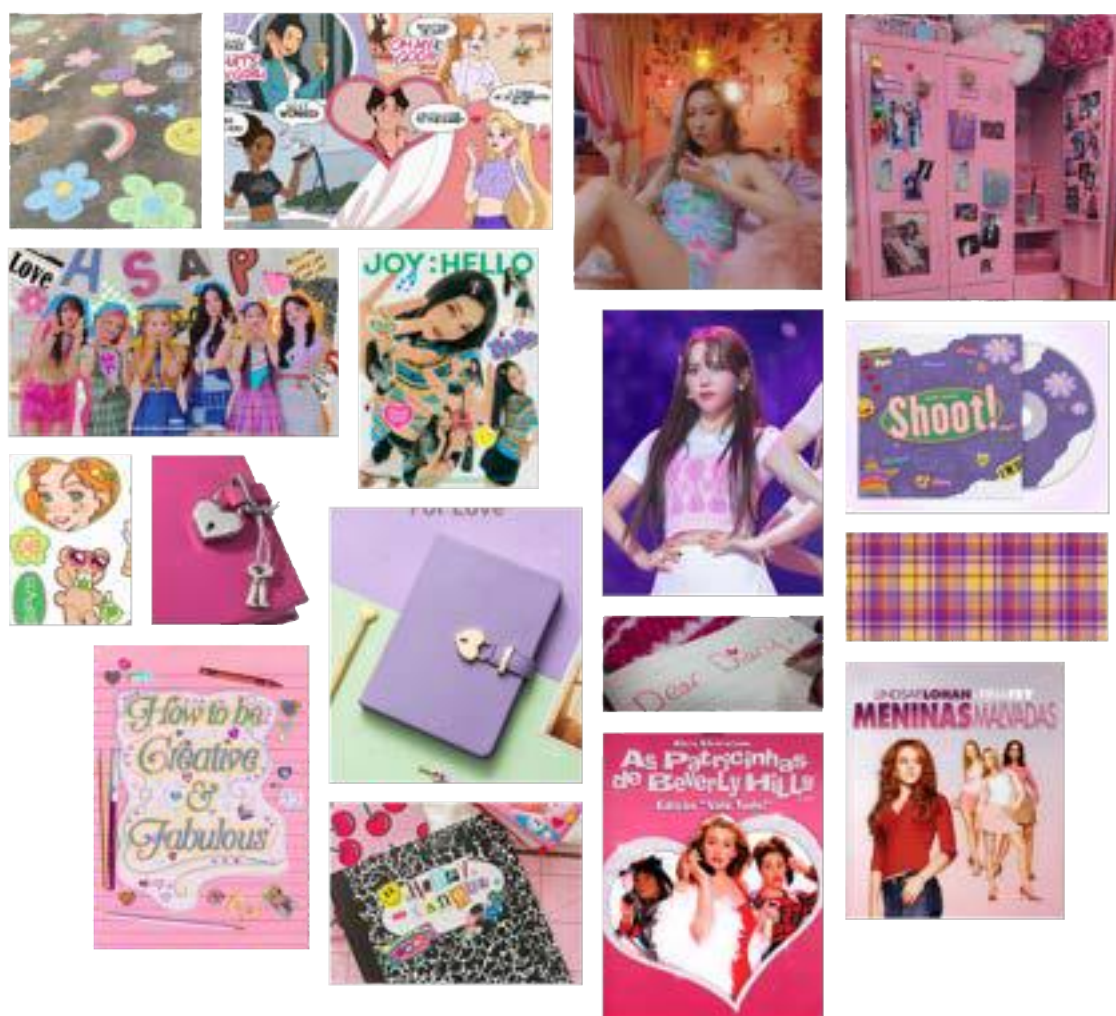


Figura 8 - Moodboard *High teen*.

“High teen” é um termo *Konglish* (mistura de coreano e inglês) que vem das palavras “High school” (ensino médio) e “teenager” (adolescente), essa estética é influenciado por filmes adolescentes norte-americanos como “As Patricinhas de Beverly Hills” (1995) e “Meninas Malvadas” (2004). Os elementos marcantes desse tema são cores e tons pastéis fortes e neon, padrões xadrez e objetos que seriam encontrados em um filme adolescente.

4.6 Paleta de Cores

Baseado nas pesquisas e *mood boards* criei 3 paletas de cores diferentes com as cores principais para cada tema de acordo com suas características e o que querem passar.

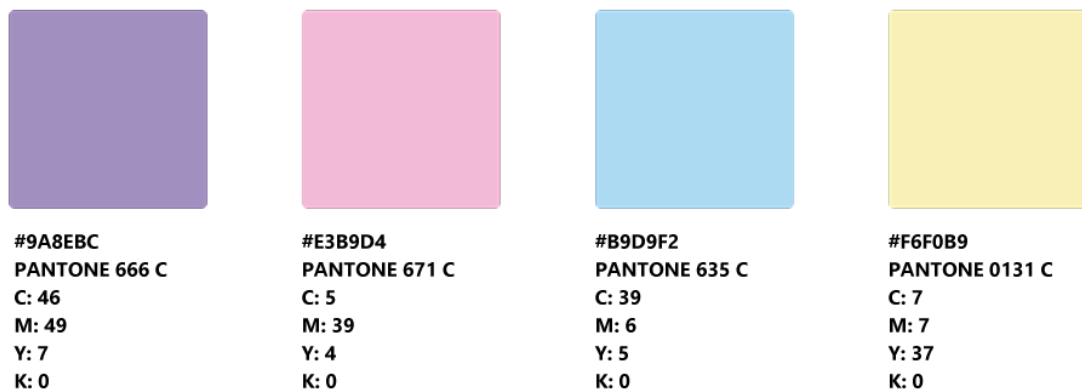


Figura 9 - Paleta de cores *Cute*.

Para o tema, *Cute*, decidi fugir das cores vibrantes, saturadas e escuras, e ficar nas cores mais claras e tons pastéis que são muito usados para passar uma imagem fofo. Essas cores foram utilizadas na tipografia e na ilustração.

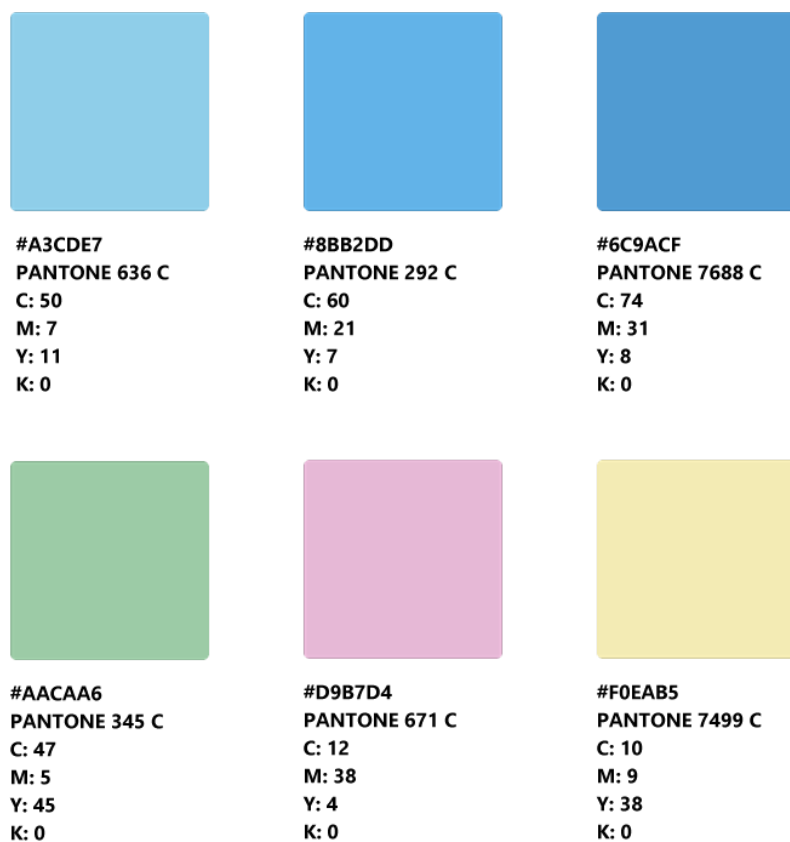


Figura 10 - Paleta de cores Y2K.

Para o tema Y2K a inspiração da paleta foi o sistema operacional Windows XP, com bastante azul e verde, cores que além de serem características desse sistema operacional são muito associadas com estética Y2K, as cores são mais claras e também foram adicionadas novas cores para conversar melhor com as ilustrações e tema.



Figura 11 - Paleta de cores *High teen*.

A escolha de cores dessa paleta foi baseada na pesquisa e de referências dessa estética tão popular na Coreia do Sul, a cor que mais apareceu nesta pesquisa foi rosa mas para variar do fichário *Cute* ela foi usada em menor quantidade aqui, as cores amarelo e lilás junto com o rosa resultou em uma boa harmonia de cores, que passa uma ideia divertida e transmitem o conceito junto com a solução gráfica.

4.7 Esboço e Ilustração digital

Baseado na análise de similares identifiquei os *grids* mais comuns entre os fichários para gerar alternativas para o meu produto posteriormente. Era importante observar elementos extras que poderiam ser adicionados na produção do produto como bolso na frente, ilhós, elástico para ajudar a fechar o fichário que não podem interferir na parte gráfica.

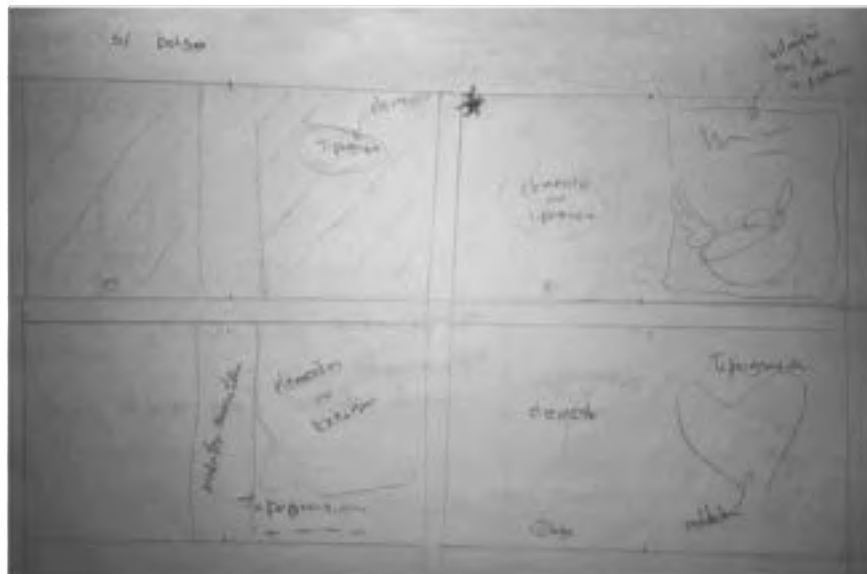


Figura 12 - Esboço de Grids possíveis.

Depois de ver a possibilidade de *grids*, estabeleci que o Fichário seria o produto principal da coleção e que os acessórios (*Cute*, *Y2K* e *High teen*) teriam o seu design baseado nele.

4.7.1 Cute

Para esse tema da coleção me inspirei nas embalagens de cereais matinais como conceito para os elementos da arte gráfica, para maior entendimento vou dar uma breve explicação referente ao mundo dos fãs de K-pop. É comum artistas de K-pop receberem apelidos de animais fofos baseados em suas aparências, esse tópico é muito discutido pelos coreanos que costumam comparar o rosto de celebridades com animais.

Os fãs de ídolos coreanos como consumidores dessa cultura adotam esses apelidos e chamam os artistas por eles também, além de representar seus ídolos visualmente como em *emojis*, por exemplo. Decidi que os cereais seriam no formato de animais, parecidos com o cereal *Lucky Charms* com textura de *marshmallows*, onde cada animal representaria cada ídolo do fã.

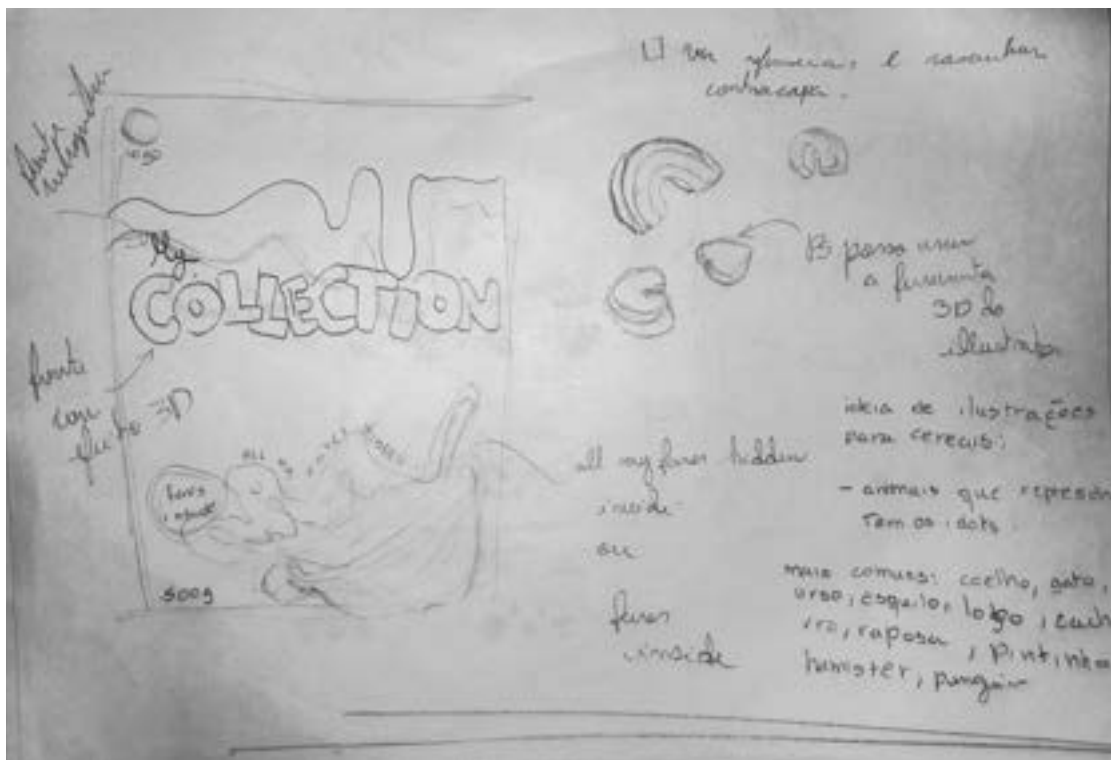


Figura 13 - Rascunho da capa do fichário *Cute*.



Figura 14 - Rascunho dos cereais no formato de animais fofos.

Para a lombada e contracapa era preciso pensar em soluções que mantivessem o aspecto de caixa de cereal do fichário, uma solução que encontrei para a lombada foi colocar uma tabela de *Nutrition Facts* (informação nutricional) e códigos de barra pensando na forma como o fichário ficaria exposto, provavelmente na estante somente com a lombada a mostra.

Para a contracapa inicialmente pensei em colocar um jogo como caça palavras que são comuns nessas embalagens mas estas são descartáveis diferente do fichário que será um produto com durabilidade então descartei essa ideia. Ainda procurando outras referências de embalagens para cereais encontrei outra solução, uma receita ou dica de porção para o cereal, para adaptar ao universo do K-pop substitui por características e nome do artista, grupo ou artistas favoritos.



Figura 15 - Rascunho contracapa do fichário *Cute*.

Com os rascunhos iniciais feitos, fiz um esboço final que seria digitalizado para ser trabalhado no computador, para que os traços fossem vetorizados, corrigidos e novos elementos fossem criados. Foi preciso me atentar às áreas do revirado além do espaço pequeno que ficaria entre a capa, contracapa e lombada para não colocar nenhum elemento importante nessas áreas.



Figura 16 - Processo de criação no *Illustrator*.

Para a parte interna decidi junto a orientadora que a melhor solução seria uma padronagem na guarda, escolhi como elementos dessa padronagem os cereais no formato de animais, foi difícil achar uma configuração para o módulo¹¹ e foram feitos vários testes onde não ficasse sobrando espaço, a primeira versão ficou com um aspecto desorganizado por conta disso.

¹¹ É a menor área que contém todos aqueles elementos visuais que fazem parte da imagem, ele é a unidade da padronagem.



Figura 17 - Primeira versão de padronagem para a guarda do Fichário *Cute*.



Figura 18 - Versão final da padronagem para a guarda do Fichário *Cute*.

Para criar a divisória tinha em mente que não podia fugir do elemento principal, o fichário, caso o contrário iria parecer não pertencer ao mesmo grupo. Como a arte gráfica do fichário foi criada para parecer com uma caixa de cereal, achei que a divisória conversaria com o fichário se fosse inspirado em uma caixa de leite. Na primeira versão havia problemas com a falta de contraste entre os elementos e o uso de estilos de tipografias diferentes, com isso a peça não parecia pertencer a coleção e ajustes foram feitos para corrigir este problema.



Figura 19 - Primeira versão de Arte gráfica da divisória *Cute*.

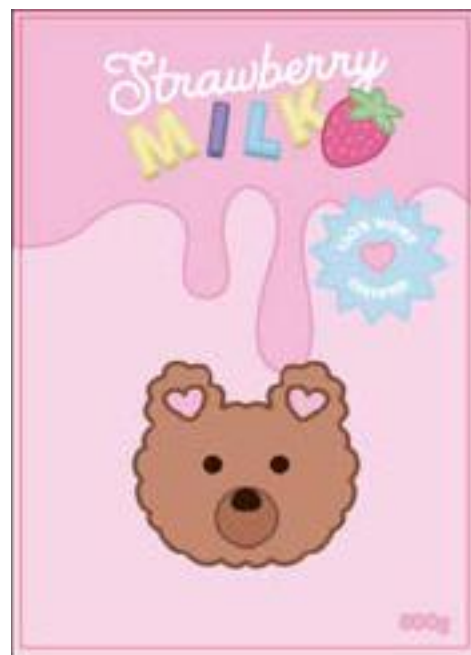


Figura 20 - Arte gráfica da divisória *Cute*.

Nas peças, *Frame card*, *Filler card* e Chaveiro tag segui o mesmo estilo e utilizei elementos da arte gráfica do fichário como leite, cereais, tipografia e cores para criar unidade ao grupo.

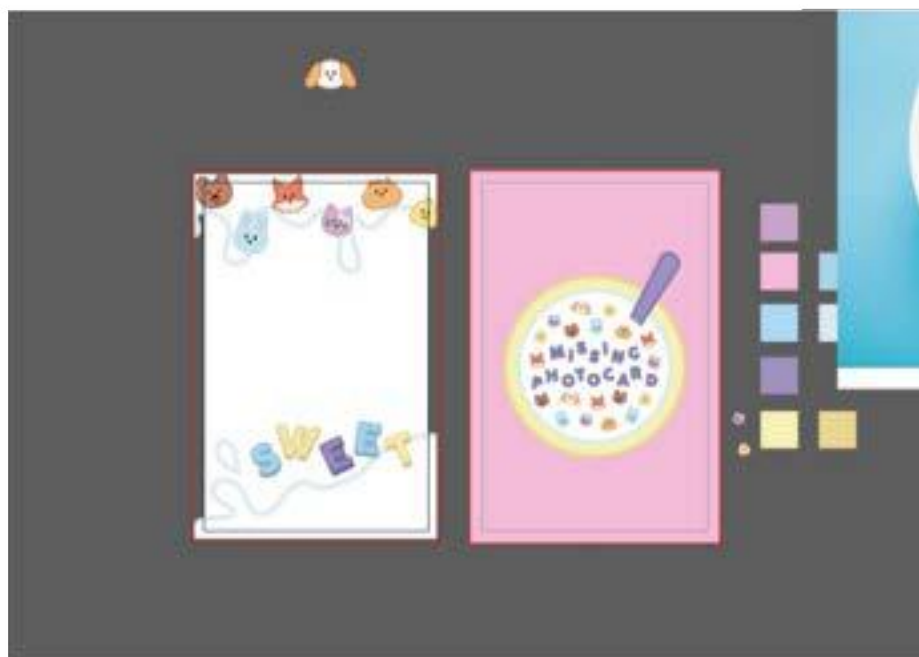


Figura 21 - Esboço e ilustração digital do *Frame* e *Filler card*.



Figura 22 - Ilustração digital do chaveiro tag e foto da *idol* Yuqi do grupo *(G)I-dle*.

4.7.2 Y2K

Uma característica da estética *Y2K* é a tecnologia, pensando nisso me inspirei na interface do Windows XP, lançada em 2001, para criar a arte digital para a capa, lombada e contracapa do fichário. Tal qual como o tema *Cute* quis brincar com os elementos, a capa apresenta a área de trabalho característica do Windows XP com o papel de parede marcante desse sistema operacional, a foto de um campo esverdeado tirada em uma vinícola na Califórnia.

Assim como no computador, pensei colocar uma pasta que representaria a coleção que ao ser clicada com o botão direito do mouse mostraria algumas opções para serem executadas, com a opção *Extract Here* (Extrair aqui), “extraíndo” a coleção do dono do fichário dentro do mesmo seguindo o conceito que pensei. A barra superior apresenta os ícones de minimizar, restaurar tamanho e fechar como as janelas do Windows com a tipografia que dá o nome à coleção.

Pensando na exposição do fichário coloquei um botão com ícone de ligar estilizado de maneira fofo pensando que ao tirar ele na prateleira o fã estaria “ligando” a sua coleção. Já na contracapa pensei na utilização do produto, no qual o cliente abre, folheia as páginas e por fim fecha o fichário com a contracapa, pensando nisso coloquei a janela de finalização do Windows XP.



Figura 23 - Rascunho da capa, lombada e contracapa do fichário Y2K.

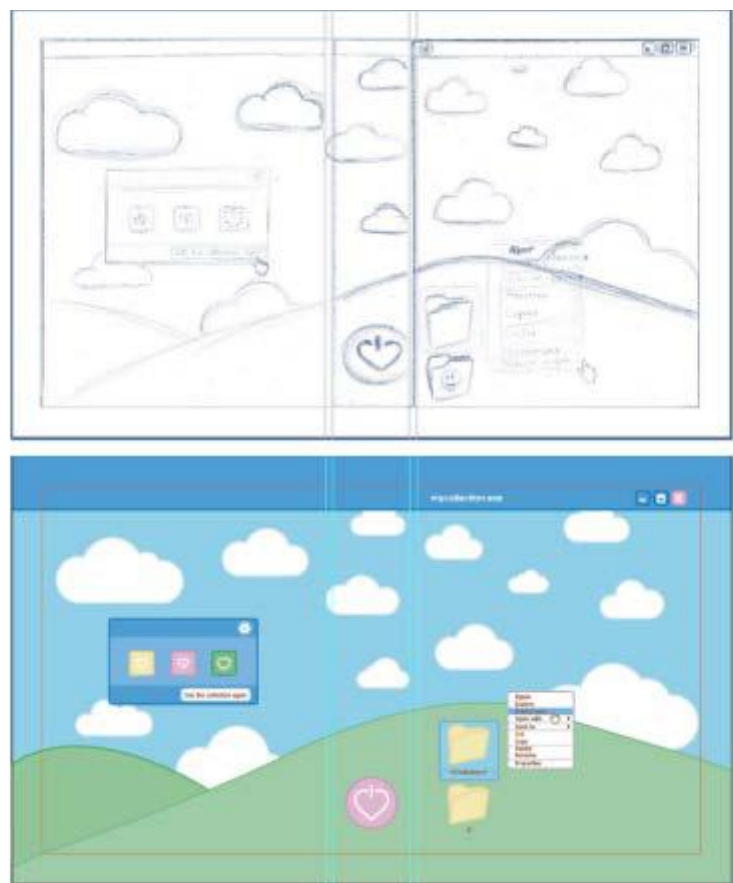


Figura 24 - Esboço final e Arte gráfica final para a capa do fichário Y2K.

Para seguir as características do fichário *Cute* a guarda do Y2K também seria uma padronagem, para complementar o conceito do fichário criei uma padronagem de *Chips* estilizados para representar a parte interna de um computador. Utilizei um módulo quadrado com a ferramenta transformar para criar uma padronagem sem emenda.

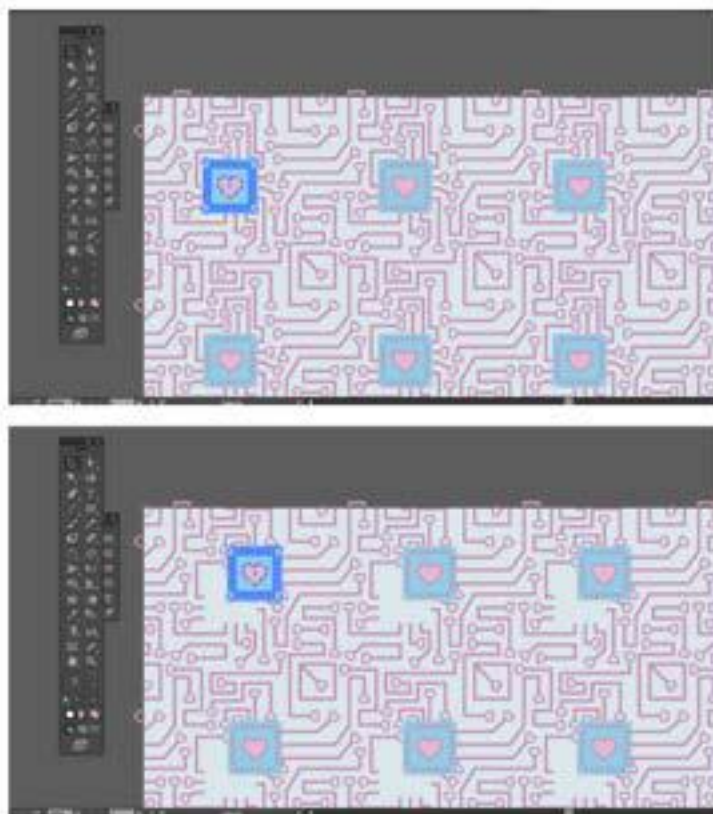


Figura 25 - Interface do Software Illustrator.



Figura 26 - Versão final da padronagem para a guarda do Fichário Y2K.

Para as peças complementares do tema *Y2K* utilizei repetição de elementos, e as mesmas cores da peça principal. Na divisória reutilizei a ilustração inspirada no Wallpaper do Windows XP e adicionei novos elementos, duas ilustrações de janela simulando a interface de computador juntamente com o apoio de imagem que pode ser substituída por outra de acordo com a preferência do fã.

Nas peças, *Frame card*, *Filler Card* e Chaveiro tag temos uma unidade nas cores e ilustrações. A ilustração para o *Frame card* é inspirada na interface do programa *Paint*¹² que serve como moldura para a foto do artista que será colocada atrás do *card* enquanto o *Filler card* utiliza da tipografia para estabelecer a função do produto que é preencher o lugar vazio no fichário enquanto conversa com outros elementos.

¹² *Microsoft Paint* é um software utilizado para a criação de desenhos simples e também para a edição de imagens.



Figura 27 - Rascunho e arte gráfica da divisória para o Fichário Y2K.



Figura 28 - Rascunho e arte gráfica do *Frame* e *Filler card* Y2K.

Como o Chaveiro tag *Cute*, este chaveiro tag também possui espaço para uma foto do artista como uma moldura para a mesma. Utilizei a padronagem quadriculada de PNG como fundo da janela.



Figura 29 - Arte gráfica do chaveiro tag Y2K e foto Haerin do NewJeans.

4.7.3 High teen

Conforme explicado anteriormente, essa estética se baseia nos filmes adolescentes dos anos 1990 e 2000 com elementos escolares e outros comuns a esses filmes que são muito populares na Coreia do Sul. Procurei evidenciar essas características com a solução gráfica encontrada, na pesquisa de similares e para o *mood board* pensei o que poderia ser feito em relação a esse tema que não se sobrepusesse a produtos já existentes no mercado.

O fichário teve como conceito os diários de adolescente, um elemento que remete a esse universo, o fichário é o diário em si onde o fã irá guardar os itens com seus artistas favoritos. No primeiro rascunho fui inspirada pelo *Burn Book* do filme *Meninas Malvadas* juntamente com outras referências do *mood board*. Ao passar para o computador o *grid* e escolha dos elementos foram mudando conforme criava a ilustração.

Na capa as ilustrações simulam adesivos decorativos e uma etiqueta de identificação com espaço para o fã colar letras adesivas com seu nome ou nome do artista da coleção.

A lombada se difere um pouco dos outros modelos e traz uma padronagem xadrez que ressalta a característica do diário. Já na contracapa como se tratava de um “diário” achei interessante colocar uma ilustração que simulasse colagens e adesivos juntamente com uma tipografia que complementasse o conceito. Um detalhe da arte gráfica do fichário é a ilustração simulando uma tira com cadeado para guardar esse “diário”.



Figura 30 - Rascunho de capa e alternativas para a lombada do fichário *High teen*.



Figura 31 - Arte gráfica do fichário *High teen*.

A padronagem presente na lombada foi utilizada também para a guarda, no processo de criação da mesma, me atentei a deixar os elementos da guarda em um tamanho similar aos elementos das outras guardas. Escolhi criar uma padronagem xadrez *argyle* por ser uma estampa muito utilizada na estética *High teen*.

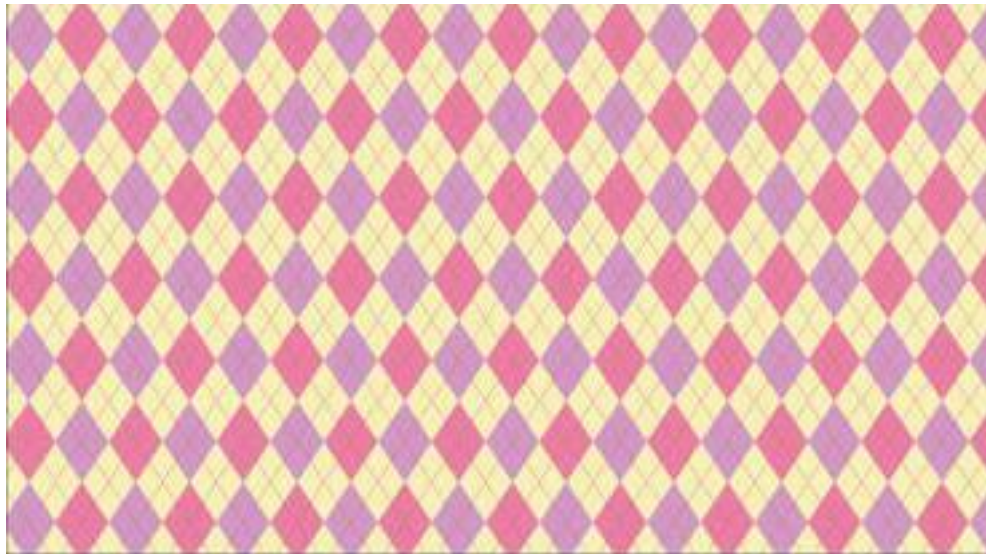


Figura 32 - Padronagem para a guarda do Fichário *High teen*.

A ideia da divisória é simular uma página dentro do diário que estivesse sendo decorada como uma *spread*¹³ de *bullet journal*¹⁴, com ilustrações de objetos escolares, adesivos, colagens e outros elementos. Essa divisória assim como outras peças possui um espaço para imagens, nesse caso simulando uma *polaroid* junto a ilustração.

¹³ Uma *spread* de *Bullet Journal* é uma ou mais páginas sobre um mesmo tópico.

¹⁴ O *Bullet Journal* é um método de organização que segue alguns passos para personalizar as folhas de um caderno para planejar melhor suas atividades, além de acompanhar e desenvolver seus hábitos. Fãs de K-pop fazem uma compilação de seus pensamentos, sentimentos, notas e ideias de artistas K-pop que acompanham, tudo escrito em um só lugar.

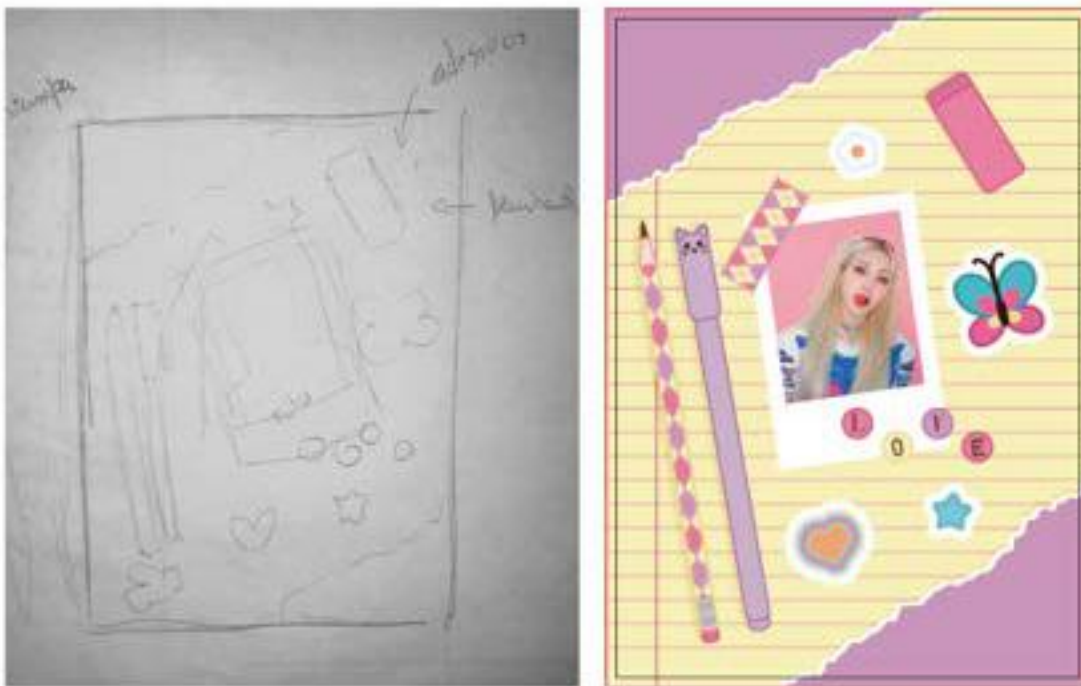


Figura 33 - Rascunho e arte gráfica da divisória para o Fichário *High teen* com imagem da Somi.

Seguindo o conceito de diário e *bullet journal* criei as peças *frame* e *filler card*, o *frame* como uma moldura de papel com colagens e adesivos enquanto *filler* como uma nota de diário conversando com sua função e com o conceito. O chaveiro tag conversa diretamente com a capa complementando a ideia de cadeado que guarda o “diário” sendo a chave para o mesmo, para agregar elementos no chaveiro tag coloquei espaço para imagem que o fã poderá escolher, deixando-o mais similar aos outros chaveiros tag.



Figura 34 - Rascunho e arte gráfica do *Frame e Filler card High teen*.

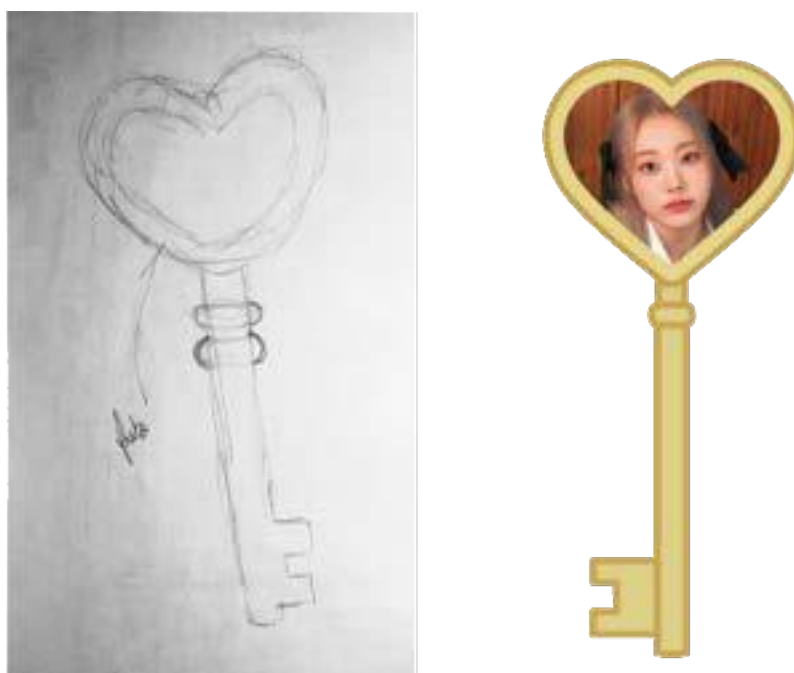


Figura 35 - Rascunho e arte gráfica do chaveiro tag *High teen* com imagem da Sheon do grupo Billie.

4.8 Produtos Finais

Nesta etapa apresento o modelo final do projeto, resultado das etapas de pesquisa, conceituação e criação realizadas anteriormente. Com o objetivo de descrever os produtos gerados claramente, as mesmas serão apresentadas individualmente, a começar pelo tema *Cute*.

4.8.1 Tema *Cute*



Figura 36 - Mockup do fichário e divisória *Cute*.



Figura 37 - Divisória e chaveiro tag *Cute*.



Figura 38 - Mockup do fichário, *frame* e *filler card* *Cute*.



Figura 39 - *Frame e filler card Cute impresos.*



Figura 40 - *Frame card Cute* impresso junto ao *photocard* do Haechan do grupo NCT.

4.8.2 Tema Y2K



Figura 41 - Mockup do fichário e divisória Y2K.



Figura 42 - Divisória e chaveiro tag Y2K.



Figura 43 - Mockup do fichário e *frame card* Y2K.



Figura 44 - *Frame e filler card Y2K impressos.*



Figura 45 - *Frame card Y2K* impresso junto ao *photocard* da Minji do grupo NewJeans.

4.8.3 Tema *High teen*



Figura 46 - Mockup do fichário e divisória *High teen*.



Figura 47 - Divisória e chaveiro tag *High teen*.



Figura 48 - *Mockup* do fichário e *frame card High teen*.



Figura 49 - Frame e filler card High teen impressos.



Figura 50 - *Frame card High teen* impresso junto ao *photocard* da artista solo Somi.

5. Conclusão

O objetivo do presente projeto deu-se a partir do meu grande apreço pessoal pela cultura coreana, além do meu interesse em ilustração e design para impressos e como isso se relaciona com minha loja online onde posso criar e expressar minha criatividade atendendo a um público com demanda por produtos da cultura pop coreana.

A cultura pop coreana vem se popularizando em todo mundo, assim como no Brasil, onde existe um grande mercado para consumidores dessa cultura, essa cultura tem sido uma fonte de inspiração para mim e é algo que me motiva a criar.

Durante o estudo foram feitas pesquisas e análises de imagens e aspectos sociais e culturais da Indústria coreana, colecionadores e fãs de K-pop que direcionaram o projeto para produzir uma coleção de fichários e acessórios que atendesse a esse público.

Referências

AQUINO, Maine. **What are photo cards and why are K-Pop fans collecting them?**. Gmanetwork, 2021. Disponível em:

<<https://www.gmanetwork.com/entertainment/celebritylife/hobbies/80386/what-are-photo-cards-and-why-are-k-pop-fans-collecting-them/story>> Acesso em: 15/05/2022.

BHAGAT, Rupali. **The Beginner's Guide to Creating Cute Kawaii Art**. 2022. Disponível em: <<https://learn.podium.school/art/kawaii-art/>> Acesso em: 10 jan. 2023.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 3. ed. Zahar, 2004. 432 p.

CHAVES, Lívia. **O que é Bullet Journal?**: confira o passo a passo completo de como melhorar sua organização com esse método. Confira o passo a passo completo de como melhorar sua organização com esse método. 2019. Disponível em:

<<https://rockcontent.com/br/talent-blog/bullet-journal/>> Acesso em: 10 jan. 2023.

DAYTON, Leigh. How South Korea made itself a global innovation leader. **Nature**. London, p. 54-56. 27 maio 2020. Disponível em:

<<https://www.nature.com/articles/d41586-020-01466-7>> Acesso em: 18 jul. 2022.

DIARY OF A JOURNAL PLANNER. **Bullet Journal Spreads Everyone Needs In Their Bujo**. 2021. Disponível em:

<<https://diaryofajournalplanner.com/bullet-journal-spreads/>> Acesso em: 10 jan. 2023.

EXTRA: Fãs de K-pop criam suas próprias lojas devido à falta de produtos oficiais no Brasil. Rio de Janeiro, 27 fev. 2020. Disponível em:

<<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/fas-de-pop-criam-suas-proprias-lojas-devi-do-falta-de-produtos-oficiais-no-brasil-24273629.html>> Acesso em: 18 jul. 2022.

FANY; RAUF, Divatasya Belinda; DIANRAMA, Lara. **The K-pop fans economy: emotional bond, endless support and overconsumption.** emotional bond, endless support and overconsumption. 2022. Disponível em: <<https://www.thefineryreport.com/articles/2022/2/10/the-k-pop-fans-economy-emotional-bond-endless-support-and-overconsumption>> Acesso em: 18 jul. 2022.

FINARDI, Fernanda Sabrina. COLECIONISMO MODERNO: conhecimento, memória e indústria cultural. **Triades**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 84-98, fev. 2020. Disponível em: <<https://triades.emnuvens.com.br>> Acesso em: 16 set. 2022.

FOLHA DE S.PAULO: Em 1997, crise na Ásia atingiu emergentes. São Paulo, 20 nov. 2006. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2012200604.htm>> Acesso em: 18 jul. 2022.

FRANKENTHAL, Rafaela. **Entenda o comportamento do consumidor nas redes sociais.** 2018. Disponível em: <<https://mindminers.com/blog/comportamento-do-consumidor-redes-sociais/>> Acesso em: 19 set. 2022.

GUERRA, Dora. **Dicionário k-pop:** um guia de expressões da música coreana. um guia de expressões da música coreana. 2019. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/blog/dicionario-k-pop/>> Acesso em: 18 jul. 2022.

HANA. **KPOP Journals:** the ultimate guide to fangirling. The Ultimate Guide To Fangirling. 2020. Disponível em: <<https://bujobabe.com/kpop-journal-ideas/>> Acesso em: 10 jan. 2023.

KARAM, Karine. **SUBCULTURA, ESTRATÉGIA E PRODUÇÃO DE GOSTO**: uma análise do k-pop no Brasil. In: 5º ENCONTRO DE GTS – COMUNICON, 5., 2015. São Paulo. Anais... Rio de Janeiro. 2022. Disponível em: <http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT7/16_GT07-KARAM_MEDEIROS.pdf> Acesso em: 15/05/2022.

LICENSINGCON. **LINHA DE MAQUIAGEM PARA OS FÃS DO BT21**. 2020. Disponível em: <<https://licensingcon.com.br/linha-de-maquagem-para-os-fas-do-bt21/>> Acesso em: 18 jul. 2022.

LIE, John. What Is the K in K-pop. **Korea Observer**. Seul, set. 2012. p. 339-363. Disponível em: <<http://koreaobserver.or.kr/html/?pmode=subpage&smode=aim>> Acesso em: 18 jul. 2022.

LOPES, José Rogério. **COLECIONISMO E CICLOS DE VIDA**: uma análise sobre percepção, duração e transitoriedade dos ciclos vitais. 2010. 28 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

LUISA, Ingrid. **A Diplomacia do K-pop**. Superinteressante, S/D. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/especiais/a-diplomacia-do-k-pop/>> Acesso em: 15/05/2022.

MALIANGKAY, Roald. **Defining Qualities**: The SocioPolitical Significance of K-pop Collections. Korean Histories, 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/28715757/Defining_Qualities_The_Socio_Political_Significance_of_K_pop_Collections> Acesso em: 15/05/2022.

MARTINSON, Júlia. **Prova Social**: o que é + 5 tipos para usar no seu negócio. O que é + 5 tipos para usar no seu negócio. 2022. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/prova-social/>> Acesso em: 18 set. 2022.

MESQUITA, Jô. **Entenda a divisão das gerações do K-pop**. 2021. Disponível em: <<https://revistakoreain.com.br/2021/07/entenda-a-divisao-das-geracoes-do-k-pop/>> Acesso em: 10 jan. 2023.

MESQUITA JÚNIOR, F. S. **Consumo e subculturas juvenis**: um estudo sobre as práticas de consumo dos fãs de K-Pop no Brasil. 2015. 94 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Editorial) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2015.

NARLOCH, Leandro. **Coleções**: passatempo ou obsessão. passatempo ou obsessão. 2004. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/colecoes>> Acesso em: 16 set. 2022.

NASCIMENTO, Raphaela MARRISE Bezerra. **Jamais Vu**: requisitos para briefing de produtos culturais do k-pop. 2019. 139 f. TCC (Graduação) - Curso de Design, Centro Acadêmico do Agreste Núcleo de Design e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2019. Disponível em: <<https://attena.ufpe.br/handle/123456789/44191>> Acesso em: 18 jul. 2022.

NORTHWESTERN UNIVERSITY (EUA). Research Center. **How Online Reviews Influence Sales**: evidence of the power of online reviews to shape customer behavior. Evidence of the Power of Online Reviews to Shape Customer Behavior. Disponível em:

<<https://spiegel.medill.northwestern.edu/how-online-reviews-influence-sales/>>

Acesso em: 23 set. 2022.

PÓSS, Karoline. **Os conceitos mais marcantes e inovadores do k-pop**. 2022.

Disponível em:

<<https://www.letras.mus.br/blog/conceitos-do-k-pop/#:~:text=Dentro%20do%20k%20pop%2C%20chamam,a%20personalidade%20p%C3%ABblica%20dos%20integrantes>> Acesso em: 10 jan. 2023.

REDAÇÃO. **Tratado de Kanagawa**: saiba como foi a abertura do japão. saiba como foi a abertura do Japão. 2019. Disponível em:

<<https://coisasdojapao.com/2019/09/tratado-de-kanagawa-saiba-como-foi-a-abertura-do-japao/>> Acesso em: 18 jul. 2022.

REIS, Roberta Machado de Paula. **A ONDA COREANA**: um levantamento sobre o k-pop no brasil e o kpopper brasileiro. 2018. 52 f. TCC (Graduação) - Curso de Sociologia, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/handle/1/10204>> Acesso em: 18 jul. 2022.

REMÍGIO, Mariana Batista. **Movidos pela experiência**: um estudo sobre o consumo de álbuns físicos de K-pop por fãs brasileiros. Disponível em:

<<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/43151>> Acesso em: 15/05/2022.

RIBEIRO, Cecilia Volkmer. O colecionismo e a sobrevivência do Homo Sapiens. **Episteme**, Porto Alegre, v. 22, n. 1413-5736, p. 69-78, jun. 2005.

SANTOS, Francielle Vitcoski. **REINO ENCANTADO DE CONSUMIDORES**: o engajamento dos fandoms em comportamentos de patronagem como forma de

apoio ao ídolo. 2019. 98 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Escola de Negócios, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em:

<<https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/15802/1/000495587-Texto%2BCompleto-0.pdf>> Acesso em: 18 jul. 2022.

VINCENT, Brittany. **A Brief History of K-pop**: from seo taiji and boys to today's biggest stars like bts. 2019. Disponível em:

<<https://www.teenvogue.com/story/brief-history-of-k-pop>> Acesso em: 18 jul. 2022.

WAITT, Hannah. **The History of Kpop, Chapter 3**: Seo Taiji and the Boys. 2014.

Disponível em:

<<http://www.moonrok.com/history-k-pop-chapter-3-seo-taiji-and-boys/>> Acesso em: 18 jul. 2022.

WAITT, Hannah. **The History of Kpop, Chapter 4**: How Lee Soo Man's First Big Fail Resulted in Korea's Modern Pop Star System. 2014. Disponível em:

<<http://www.moonrok.com/history-k-pop-chapter-4-how-lee-soo-mans-first-big-fail-resulted-koreas-modern-pop-star/>> Acesso em: 18 jul. 2022.

Anexo

Questionário

Pesquisa TCC | K-pop no Brasil e coleção

***Obrigatório**

1. Nome (caso deseje informar)

2. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Outro: _____

3. Idade *

Marcar apenas uma oval.

menos de 13

De 14 a 18

De 19 a 25

Acima de 25

4. Como você conheceu o K-pop? *

5. O que te atraiu/atrai no K-pop? *

6. Você consome produtos de K-pop? (Oficiais e /ou fanmades) Qual é a sua motivação para isso? (Por qual motivo/Porque?) *

7. Onde você mais compra produtos oficiais de K-pop?

Marcar apenas uma oval.

- Lojinhas brasileiras
- Grandes varejistas brasileiras (ex: Casas Bahia)
- Lojas coreanas (sites, ebay, shopee)
- Outros

8. Onde você mais compra produtos fanmades de K-pop?

Marcar apenas uma oval.

- Lojinhas brasileiras
- Lojinhas estrangeiras (incluindo coreanas)

9. Qual produto de K-pop você mais consome?

Marcar apenas uma oval.

- Álbuns
- Photocards oficiais
- Lightstick
- Fanmades no geral

10. Você sente falta de grandes lojas varejistas venderem produtos de K-pop? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

11. Caso deseje justifique a resposta anterior

12. O K-pop te influenciou a fazer alguma atividade? se sim qual? *

Marque todas que se aplicam.

- Dançar
- Cantar
- Escrever (bullet journal)
- Colecionar
- Outro: _____

13. Coleciona alguma peça gráfica sobre K-pop? (Photocards, postcards, polaroids, álbuns etc) *

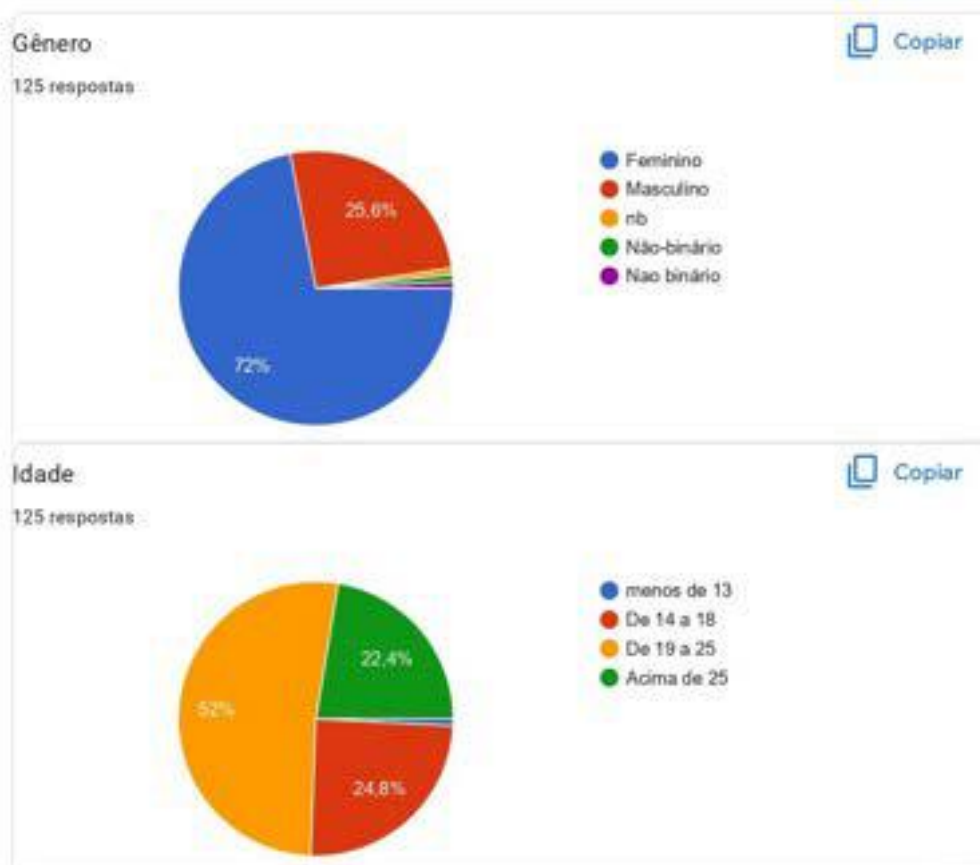
Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

14. Se você respondeu sim; Por qual motivo decidiu colecionar?

Respostas questionário



Como você conheceu o K-pop?

125 respostas

Youtube

Por uma amiga

Por meio de dramas coreanos

através de uma amiga, ela me apresentou o BTS e o TVXQ

Por youtubers que faziam react em 2016

Através de uma amiga minha da época, mas antes eu já tinha visto na TV e também pelo sucesso de gangnam style

Quando eu tinha uns 11 anos eu costumava dançar músicas japonês com uma amiga (aprendendo pelo YouTube) porque gostávamos muito de anime, e um dia em um evento de anime tinha uma sala de kpop e acabamos escutando lá "whatcha doin' today" do 4minute e gostamos muito a partir disso começamos a dançar kpop e viramos muito fã de tudo e até hoje kkkkk mas já tinha ideia antes disso do que era o kpop por conta do psy e gostava muito da hyuna com bubble pop mas ainda não tinha entrado no meio.

Matéria em site de música falando sobre um comeback do girls generation

Lá em 2016 uma amiga minha me indicou uma música do BTS, especificamente "I need u"

através de mvs no youtube

por amigos

Através de recomendações de música no YouTube mesmo.

Pelo Youtube

Pelo YouTube

Através de videos clipes na televisão e YouTube pelo meu irmão.

Conheci em 2013 pelas primeiras músicas do BTS.

Com minha irmã

Atrás da abertura de um anime

em 2012 uma amiga da minha irmã me mostrou uma música



Foi em 2016 quando eu vi o MV do Big Bang e também eu assisti pelo Netflix a série de "debut" do Astro, mas só foi em 2018 que eu comecei a viver literalmente 24 horas viciada em Kpop com os grupos Stray Kids, BTS e EXO e agora eu sou multifandom.

Uma amiga gostava, e eu comecei a me interessar.

Já conhecia desde pequeno por causa do PSY e Got7, mas só virei fã com God'sMenu do Stray Kids

Indicação de amigos

Sempre ouvia músicas do Blackpink mas nunca tinha procurado saber mais até que uma amiga me apresentou músicas e fui descobrindo novos grupos

Por amigas

Uma amiga me indicou

amigos

2NE1.. mas acompanhei a partir da colaboração do BTS com Halsey

no YouTube

algumas amigas da escola escutavam

Pela minha prima mas só fui acompanhar mesmo 3 anos depois por causa / junto com a minha irmã

2015 uma amiga me apresentou

Mídias sociais

Através do TikTok

Quando deixei o Spotify no aleatório

Teaser de Save Me do BTS no YouTube apareceu de recomendação em 2016

Através de um youtuber de jogos que era Buddy, graças a ele conheci melhor o gênero.

Li sobre isso em um site, então fui ver um MV que havia na página

Por uma amiga que me apresentou alguns grupos.

através do em alta do YouTube



Recomendados do YT

Através de apresentações televisivas e comentários de alguns colgas

Com uns 11 anos assistindo vídeos no youtube, me deparei com uma recomendação de música coreana e acabei gostando muito então fui atrás de mais.

YouTube recomendou vídeo de coreografia do seventeen e gfriend

Minha melhor amiga ficou me mostrando coisas do BTS

Em 2012 no debut do EXO no YouTube.

através de uma amiga que já era kpopper

Por vídeos no Youtube

Com o PSY, mas o que me trouxe foi BTS

meu primeiro contato foi em um jogo coreano

Através de um amigo que me apresentou as 2NE1.

Acabei caindo de paraquedas em uma playlist no Apple Music

Através do YouTube (canal do Felipe Neto infelizmente)

Numa matéria de um portal de música sobre melhores do ano, com uma música do t ara

Através de um programa de clipes musicais da cidade

YouTube em 2013

Pelo blackpink

Ouvi algumas músicas no youtube

Tumblr e Youtube

internet

Rádios on-line

Amigos

Minha ex e minha irmã gostavam, me mostraram e eu gostei



Através de uma postagem sobre o 2NE1 ter usado um cinturão da WWE em seu MV.

acidentalmente em um blog, tinha uma música do BB tocando nele.

Por recomendação do YouTube

Através de amigos

Recomendação do YouTube

Minha irmã já gostava desde 2015. Por volta de 2019, na era ktl, me rendi pro kpop

Na internet

MTV em meados de 2010/2011 com Girls Generation e 2ne1

Por acaso no YouTube

Através do BLACKPINK, na internet

Algumas amigas me mostraram as músicas e assim eu comecei a gostar

Vídeo recomendado no Youtube

No YouTube

Pelo Youtube

no YouTube, estava no "feed" infinito do YouTube e quando me deparei com uma recomendação de um grupo chamado BTS, em meados de 2016, e desde então eu consumo o kpop.

Em 2010 no YouTube

Conheci por meio de um trabalho de escola, onde cada grupo tinha que dançar um gênero musical e o meu caiu com kpop.

Internet

Antigamente as lojas como Casas Bahia e Ponto Frio costumavam receber vídeos pra passar nas televisões em mostruário, entre eles MVs de K-pop que eram exibidos principalmente nas TVs de marcas coreanas. Um dia eu parei pra assistir enquanto estava no shopping e gostei, e quando cheguei em casa pesquisei sobre os grupos que tinha visto e acabei gostando das músicas.

Mídias sociais e tv



Através de uma amiga

Por amigos e internet

No Orkut kk

Pela play tv

Através de uma amiga

Por uma revista, muitos anos atrás

Com amigos da internet falando sobre as músicas, então acabei ouvindo

Conheci o kpop no Facebook

Post no Facebook

Por amigas em 2010 que já conheciam

Recomendação de uma prima.

Uma amiga postou foto de um gg e eu me apaixonei por uma das membros

Tv

Pela internet, com a viralização do Gangnam Style

Pela revista Mundo Estranho em 2015 onde falaram sobre o grupo Orange Caramel.

Amigos me mostraram

Com amigas da escola.

Mais 20 respostas estão ocultas



O que te atraiu/atral no K-pop?

125 respostas

As coreografias

As músicas

A variedade de conteúdos para além da música.

eu estava em um momento ruim e o kpop me ajudou a ocupar a cabeça. hoje, apesar de não ser fã da indústria, acho incrível como eles filtram a qualidade dos lançamentos (treinamentos longos, diversos produtores, entre outros)

Estéticas diferentes, danças elaboradas e mistura de estilos

A dança, a música

Principalmente as danças e o estilo.

Inicialmente as coreografias e a quantidade de artistas femininas em comparação com artistas ocidentais da época

Toda a produção audiovisual, os visuais, figurinos, eu amo absolutamente tudo nesse mundinho.

a musicalidade diferente

a qualidade de produção sonora e visual

Gosto da diversidade e expansão cultural. Os artistas abrangem diversos estilos sem perder a própria essência/marca. É uma cultura qual você se identifica mesmo que seja diferente.

o fato de o kpop ser MUITO completo, abrange todos os gêneros musicais, a cultura é bonita, eu admirei muito os esforços dos idols e a entrega deles em performances, é difícil se entediar no kpop

As músicas são animadas, coreografias divertidas e as roupas e make são incríveis

A forma em que a música e dança estão sincronizadas.. O ritmo diferente de cada grupo. Aquele ar de diferente.

Músicas de todos os tipos com ótimas coreografias.

Personalidade dos idols

Sempre muito conteúdo, muitas músicas e coreografias legais



o estilo musical sempre me atraiu, cresci ouvindo rock/eletrônica em outras línguas

Literalmente tudo. Os conceitos dos MVs e comebacks, as coisas que eles fazem e muitas outras coisas

A princípio eram os clipes bem produzidos, mas atualmente eu acho que me apeguei muito mais aos membros dos grupos que eu acompanho. Acabo consumindo música não pelo o que é em primeiro lugar, mas sim pelas pessoas envolvidas (embora eu ainda goste das músicas)

Stray Kids e a música deles

Os looks

conceitos

De início as coreografias

A estética, os vários conteúdos de entretenimento, o quanto alguns grupos fazem questão de fazer o fandom se sentir perto

versatilidade

parte criativa, desenvolvimento de conceito e design editorial

tudo é muito bem produzido

eu gostei de como música e dança são combinadas, da forma como os vídeo clipes são produzidos e os álbuns deles são promovidos.

A música

Músicas com batidas legais, temáticas diferentes, as danças, a interação dos fãs com os artistas, me pareceu algo muito acolhedor.

Coreografia, cenários e o funcionamento da indústria da música da coreia (music shows, sistemas de comeback...)

Como eles são engraçados e suas frases reconfortantes

As músicas animadas e na sua maioria com notas altas (gosto de músicas altas)

Tudo mais elaborado do que no pop ocidental

Acho que um misto de tudo: o ritmo, a coreografia, toda a produção por trás de cada grupo.

As danças, as batidas diferentes, as cores eram incríveis



A variedade de conceitos musicais.

as estruturas musicais e os conceitos

Comparado a outros gêneros o K-Pop se destaca em diversos quesitos

As coreografias, organizações, figurinista e talentos

Kim namjoon do bts

O visual, principalmente porque eu era bem criança, lembro que ficava apaixonada pelos visuais do bigbang em fantastic baby, as coisas exageradas nos MVs, os cenários, sempre foi muito atrativo

coreografia, stages e programa de variedades dos grupos

Eu gosto muito das danças!

Atualmente sou apenas exo-l, mas entrei no k-pop quando ele ainda era considerado "esquisito" e um pouco fora dos padrões com conceitos malucos e MVs diferenciados, como os MVs "Voodoo Doll" e "Error" do VIXX.

os visuais dos clipes e a diferença pro pop estadunidense

A cultura idol, a singularidade do forma que eles tratam ser um artista

Assim eu não sou fã de Kpop, só de BTS mesmo. O que me atrai neles é as performances:

musicalidade e visuais

A ousadia, os visuais e a mescla de gêneros musicais.

Eu gosto do estilo de pop. É um pop dançante e com coreografias. O pop americano atualmente está muito conceitual e eu não gosto das músicas lentas que tem sido lançadas.

Coreografia, sonoridade totalmente diferente do pop, e os visuais

Os instrumentais, os conceitos

Quando assisti a primeira vez o MV de Whistle do Blackpink e a Jisoo chamou toda a minha atenção.

A estética, qualidade musical e o formato da indústria.

O conceito e seu estilo musical

Ver musicas do blackpink



Sonoridade diversificada/produção musical criativa

Os diferentes estilos de música, de roupas e clipes b produzidos

As músicas experimentais e os conceitos

Estilo que combina perfeitamente com minha personalidade

gosto das músicas e visuais bem trabalhados

Sonoridade, conceitos e visuais

Nao entender as letras e nao ficar gatilhado

Músicas com melodias diferentes das habituais e vocais muito bons

As músicas mais pops e bem animadas , os MVs bem produzidos e as coreografias bem elaboradas

as coreografias

A diversidade de estilos musicais

A coreografia e mudança de conceitos

Coreografia e música

Musicalidade

Danças maravilhosas, se vestem bem e não tem essa de preconceito. Tipo, mulheres usando terno, super de boa. Homens de cropped, que por sinal, ficam maravilhosos

o estilo de música deles

Sonoridade e girl power

Em especial a dança e o que mais me atrai no kpop

A diversidade musical

Construção musical e um tema que é seguido por grupos

Os MVs e coreografias de inicio, hoje em dia é o conceito e storytelling de cada grupo.

A sonoridade e os conceitos diferentes



Danças e visual

A dança, os visuais dos cantores

Ser em grupos

A forma como a indústria funciona sempre me atraiu, pois diferente de outros gêneros que é voltado só a música, a indústria do kpop cria idols que cantam, dançam, atuam, apresentam, modelam, literalmente vão a todos os lados da área artística.

Os visuais vibrantes e diferentes do comum, coreografias elaboradas, vídeos interessantes e sonoridade diversificada.

A sonoridade e a diferença de tantos outros sons e clips que já ouvi e assisti

A singularidade. Até então nunca tinha visto música sendo apresentada da forma como o kpop apresenta. É uma experiência completamente, tanto visual quanto sonora.

Os vídeos com cortes engraçados e o MVs

O visual, carisma, coreografias

Na época me atraiu muito a diferença da sonoridade, hoje em dia o que me atrai são as coreografias, os visuais e como o kpop se reinventa a todo momento

Músicas chicletes, beleza e coreografia

Membros e músicas

As cores e as músicas chiclete

As músicas, as coreografias, a fotografia (MVs e Photoshoots bonitos) e... integrantes bonitoskk

Todas as minhas paixões em um lugar so: música, cinema, moda e dança.

As músicas, as coreografias, alguns idols

A variedade de conceitos e a interação entre idols.

Os conteúdos. A variação de vídeos, realitys, músicas, etc

Música,coreo

Mais 23 respostas estão ocultas



Você consome produtos de K-pop? (Oficiais e /ou fanmades) Qual é a sua motivação para isso? (Por qual motivo/Porque?)

125 respostas

Não

Não.

Não

Sim, pois acredito que representem fisicamente algo sentimental, seja afeto ou apenas uma recordação de um momento da minha vida.

pouco. gosto de me sentir fã dos artistas que gosto

Sim, porque gosto de colecionar coisas que me remetem a boas lembranças

Sim, eu gosto muito de ter esses produtos pois significam para mim como fã, assim como tudo o que vem dentro.

Sim, oficiais e fanmade.

Porque gosto muito de ter produtos dos meus artistas favoritos e colecionar me faz muito bem.

Oficiais apenas. Eu comecei para ter um hobby na pandemia, pois apenas trabalhava de casa e não saía mais e precisava de uma válvula de escape, e como sempre gostei de colecionar outras coisas, decidi começar também com o Kpop.

Sim. Eu consumo álbuns de kpop, gosto bastante de como eles fazem isso, diferente dos artistas pop, eu compro para decoração na minha estante,

sim, porque ter algo de um artista que gosta faz você se sentir "próximo" a ele

oficiais, gosto de apoiar e colecionar meus membros favoritos.

Sim. Faz pouco tempo que comecei a colecionar, mas eu sempre quis ter coisas dos artistas que gosto. É um hobby divertido e também me proporciona algumas amizades.

coleciono pq sou dodói da cabeça e preciso de um hobby, tô tratando a dependência emocional que criei na coleção e tô indo bem até

Consumo produtos oficiais, como álbuns e coleciono photocards, porque acho divertido.

Sim, gosto de tê-los por lazer e diversão.

Sim, tanto oficiais quanto fanmades. Acredito que seja uma forma de externalizar a



admiração, com itens dos artistas.

Sim, por que gosto

Sim. Os oficiais eu consumo pra ter algo dos meus idols que gere algum apoio monetário para eles, fanmade compro pra ajudar loja e poder tocar meu hobby de journaling

sim, sinto que melhora meu humor usar itens que me lembram algo que eu gosto muito

Sim. Porque eu sempre gostei de ter as coisas dos grupos que eu gosto, então por isso eu gosto de comprar os produtos.

É muito raro eu comprar coisas de kpop, mas já comprei um álbum e um lightstick, além de um pin de fanmade. Eu gosto de ter coisas que me lembrem do meu grupo preferido, olhar pra essas coisas me deixa feliz.

Já comprei um álbum e troquei cards

Sim, gosto de ter cds físicos

sim. consumo mais por que eu sempre colecionei algo, então quando vi como eram os albuns tive muito interesse em tê-los

Sim, acho os cards muito lindos e sinto como se estivesse um pouco mais perto dos idols

Sim, gosto de ter como lembrança de algo que me faz bem

ajudar o meu grupo nas vendas

já consumi, mais albuns pela parte editorial

sim, os produtos são lindos e me sinto inserido nesse mundo já que estou ajudando a financiar (mesmo que seja pouco)

sim, eu acho divertido, é um hobby, me coloca em contato com pessoas diferentes que tem o mesmo interesse que eu e me deixa feliz, além de ser uma forma de apoiar o trabalho de artistas que eu gosto

Sim e não. Eu já comprei uma vez fanmade por que não tenho dinheiro pra comprar os oficiais. Por que eu gosto dos grupos e eu acho que é um jeito de ter alguma coisa física relacionada a eles

Sim, eu gosto de colecionar itens do meu grupo favorito pois me sinto parte daquilo, como fotos de família que guardamos em casa, seria esse mesmo sentimento. Também sinto que estou colaborando com o crescimento deles em relação a albuns vendidos, mesmo que seja pouco.

Sim, por gostar do grupo e do produto final.



Infelizmente ainda não consumo, mas tento fazer os meus próprios

Não consumo, pq não tenho dinheirokkkk

Sim, gosto de ver coisas bonitas e que me fazem feliz na estante

Sim, minha motivação principal é poder ter um pedaço dessa fase tão boa como coleção pra vida toda

Sim, eu quero ter coisas de que eu gosto, é como comprar um CD de qualquer outra banda ou de algum hobby aleatório

Sim, compro produtos oficiais pela estética e significado que aquele álbum pode ter para mim

sim, acho interessante

Sim. Não acho que tenha motivação, só gosto de colecionar

Sim, por que eu amo

Comecei a colecionar photocards recentemente. Não tem nem um motivo específico para eu começar a colecionar.

Sim, oficiais e alguns fanmadas que me vem de brinde, eu amo colecionar albuns, desde 2016, me deixa feliz saber que tinha algo oficial do grupo que eu amava, depois de um tempo fui ficando mais velha então passei a dar valor e apreciar mais os estilos dos albuns, photobooks, os photocards e tal. Recentemente inclusive comecei a minha coleção de photocards do Jungkook, meu utt.

Sim, gosto de colecionar

Não muito, gostaria de consumir mais. Adoro ter produtinhos de coisas que gosto.

Sim, é um hobby. Gosto da sensação de garimpar até achar pelo melhor e menor preço e adoro a emoção de acompanhar o rastreio até o recebimento. Como sou eu que banco esse luxo (pois colecionar é um luxo, não é algo primordial!), também gosto muito de saber que sou eu mesma a me mimar.

sim! sempre gostei de colecionar coisas mas nunca tive algo definido pra colecionar, aí quando comecei a trabalhar decidi investir um pouquinho nisso, e me faz mt feliz além de ser uma forma de escapismo rs

sim, pra ter coisas dos grupos que eu amo, e poder apoiar-los tbm

Sim. Amo ter coisinhas dos meus ídolos.

sim, faz eu me sentir mais próximo dos meus artistas favoritos



Fanmades por questões capitalistas. Na verdade eu já presenteei um amigo com uma camiseta contendo o símbolo da era Odd Eye das dreamcatcher. Pretendo achar algo da era Apocalypse para mim.

Eu compro os discos porque gosto do material delas. Vem com livro de fotos, adesivos, cards...

Sim, gosto bastante do Fromis_9 e simplesmente quero muito ter o photobook pra admirar elas, e ajudar a pagar a marmitta delas.

Sim, apoiar o artista e ter algo do artista pra decoração.

Sim, tenho um álbum de K-pop. motivação: é o meu álbum preferido, o qual gostei de todas as músicas e como fã, queria tê-lo de alguma maneira, e o maior impulsionador para comprar, foi vir o autógrafo de uma das integrantes num card.

Não consumo, porque não acho necessário!

Sim, gosto de ter tudo do blackpink.

Não, gosto apenas de apreciar as músicas e mv's, além do preço alto dos produtos.

Sim, consumo. O motivo é porque sou apaixonada em como é bem feito e a maioria com qualidade mesmo que não seja o oficial.

Sim, porque gosto de ter álbuns que gosto das músicas e para dar suporte aos artistas que gosto.

Sim. Me fazem feliz.

álbuns e cards por hobby.

Não. Sem grana k.

Não, não vejo pq consumir.

Sim, oficiais e fanmades. Minha motivação é pra ter coisas das minhas fav e apoiar os grupos.

Não consumo, mas gostaria.

não consumo pq nunca fui de colecionar coisas de cantores.

Consumo álbuns lançando pelos grupos que gosto de acompanhar. Minha motivação é ter justamente por ser algo de um grupo que eu gosto muito, então faço questão de ter os álbuns.

Bem pouco.



Para sentir o idol mais pertinho. Ter algo deles conforta, por causa da distância sabe

não consumo, mas tenho vontade.

Eu consumo apenas produtos fanmades por que eu gosto de ter fotos entre outras coisas como decoração, e também acho muito fofo ter coisa dos meus grupos fav

Não tenho, sou pobre

Sim. Apoiar grupos

Sim. Gosto de colecionar e acho os produtos veiculados muito bem feitos.

Sim. Consumo para guardar de recordação

Sim, porque gosto dos grupos

não.

Compro álbuns. Gosto de ter os photobooks

Raramente compro alguma Polaroid fanmade de kpop, mas compro só se achar bem feita. Gosto de ter um mini mural de decoração com elas na minha casa. Mas como sou pobre não tenho muitas. Não compro produtos oficiais por falta de verba também, ou teria vários álbuns.

Sim, compro de um grupo só que gosto muito

Sim. Eu gosto de colecionar os itens lançados por meus artistas favoritos não só para apoiá-los, como também porque é um conteúdo muito rico e bem pensado conceitualmente, é bonito visualmente, e por essas razões dá prazer de consumir.

Não possuo nenhum material por motivos financeiros. Oq mais consumo são músicas online assim como MV's e notícias.

Sim. Principalmente me sentir mais perto, de certa forma, dos meus idols.

Sim, acho que é um pagamento pelo entretenimento que eles me geram

Sim, sempre gostei de colecionar produtos de quem sou fã

Já comprei pequenos produtos fanmade para apoiar outros amigos e ter coisas de grupos que gosto

Sim, sou fã pobre

Sim. Pois acho bonito e acho legal colecionar algo.



Sim, gosto de apoiar financeiramente meus favoritos comprando álbuns, gosto de colecionar photocards, trocar e vender, amo fazer as embalagens bonitinhas e a sensação de chegar card novo.

Sim, apenas álbuns. Gosto de comprá-los pois quero guardar de lembrança para o futuro. Geralmente só compro álbuns que a música ou era tenham valor sentimental para mim.

Gosto de enfeitar o meu espaço com o que eu gosto

Acho bonitos

Sim. Gosto de colecionar CDs e artigos/produtos dos artistas que gosto, isso vale para fora do kpop também.

Sim, para apoiar os grupos e para ter uma coleção.

Consumo. Gosto de colecionar coisas e photocards/álbuns são uma delas

Sim.pq eu gosto

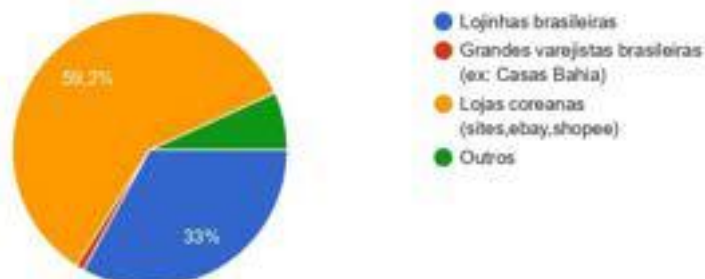
Sim, compro principalmente álbuns oficiais para apoiar os artistas que gosto mais.

Mais 20 respostas estão ocultas

Onde você mais compra produtos oficiais de K-pop?

 Copiar

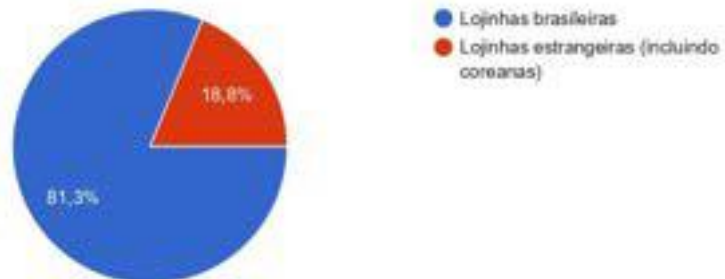
103 respostas



Onde você mais compra produtos fanmades de K-pop?

 Copiar

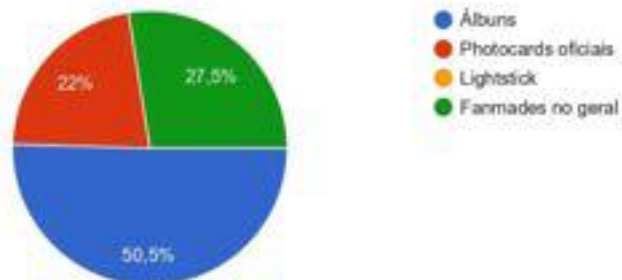
96 respostas



Qual produto de K-pop você mais consome?

 Copiar

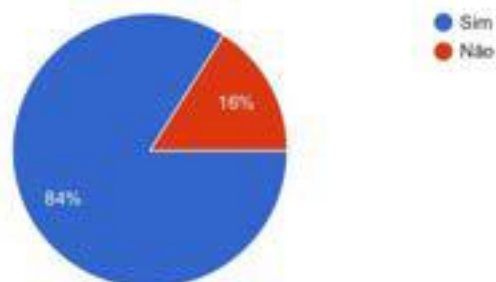
109 respostas



Você sente falta de grandes lojas varejistas venderem produtos de K-pop?

 Copiar

125 respostas



Caso deseje justifique a resposta anterior

39 respostas

Os fretes internacionais são incrivelmente caros fora a logística dos correios que deixa muito a desejar no quesito importação.

Seria mais tranquilo garantir a boa qualidade do produto e comprá-lo com confiança

Para ter um acesso mais fácil, rápido e prático.

Sim, gostaria muito porém eu entendo que é inviável por conta de taxas de importação, os itens oficiais saíram caríssimos aqui no Brasil

acho que se lojas nacionais grandes como lojas americanas, casa e vídeo, casas bahia e etc começarem a vender álbuns e itens os preços devem subir bastante

Seria legal se a venda de produtos de kpop não fosse um tanto quanto restrita. Seria maravilhoso entrar nas Americanas, por exemplo, e encontrar álbuns e outras coisas dos artistas.

muito imposto

Vejo como uma forma de dar mais acesso ao público kpopper de poder ter algo de seu grupo favorito e uma mini felicidade. Acredito que essas lojinhas ajudariam, pois é um público bem consumidor.

Grandes lojas venderem aumenta o acesso, mas acredito que os lucros sobre o produto aumentarão, o que os encarecerá.

facilitar o acesso desses produtos, ajudaria o intercâmbio de culturas e interesses no geral. o Brasil é uma grande fanbase de k-pop hoje em dia, não termos fácil acesso a esses produtos é uma grande perda de potencial econômico.

Porque aqui no brasil não temos muitas opções de coisas de kpop, a gente encontra mais nas cidades grandes mas não são em todos os lugares.

Os preços normalmente são bastante caros por serem importados da Coreia. Seria ótimo se os álbuns fossem encontrados em lojas brasileiras, com preços mais acessíveis

ajudaria a aproximar o público do mercado, principalmente internacional

desde que tragam por um preço justo creio que é uma boa fonte de lucro já que a comunidade kpopper cresce cada dia mais



Acredito que tenha muito consumo deste tipo de conteúdo não só no Brasil mas nos países que fazem fronteira, e como não temos nada dentro da nossa região ficamos a merecer dos preços que alguns vendedores "tem a cara de pau" de colocar por que são os únicos que vendem. Seria muito interessante ter essa competição entre lojas pra deixar o valor acessível e também pra sanar essa falta de produtos.

Se eu pudesse encontrar em grandes lojas seria mais fácil, já q meu pai não confia muito em lojinhas da Internet

Sinto falta, porém tenho noção que o preço dos produtos em grandes lojas seria absurdo de alto

Sendo sincera, depois de algumas experiencias de lojas grandes como a Universal e casas bahia, trazerem os albuns pra cá, já deu para todos tirarem a prova que não vale a pena esses comercios de kpop vindo deles, pois a organização é péssima além do preço ser sempre 100, 200 reais mais caro.

Comprar de lojinhas de kpop online e agora pela shopee tem um custo beneficio bem melhor, além delas já terem conhecimento desse tipo de importação e venda.

Sinto falta de encontrar album de kpop com a mesma facilidade e preço que encontra CD's de artistas ocidentais

acho que assim seria um mercado mais acessível e em conta, além de que também traria mais reconhecimento pro KPOP em si, o que por si só já expandiria o mercado

Sim, pq às vezes é difícil achar

Apesar do preço provavelmente mais caro, seria mais fácil e rápido de comprar

Só conheço uma loja e ela é bem limitada, só grupos muito famosos

Poucos vendem produtos de kpop, e quando vendem, em preços absurdos que não valem a pena. Acaba que importar ou comprar de segunda mão parece mais interessante

quando fala em grande loja varejista vendendo produto de kpop, já penso logo na Renner vendendo roupas com estampas bem cringe... não sei pq, mas quando comercializam coisas de kpop por aqui não há uma pesquisa, eles apenas pegam uma foto qualquer do grupo famosinho e cria o produto. Conheço lojas pequenas q vendem produtos personalizados de kpop q são a coisa mais lindinha.

As pequenas empresas que comercializam acabam por ditar os preços por não ter grande concorrência

Não acho boas lojas de produtos Coreanos no Brasil, geralmente tenho que recorrer a lojas Corranas e demoram entre 2 a 4 meses pra chegar.

Acho que seria mais fácil para os fãs locais terem acesso aos produtos oficiais, pois atualmente pagamos preços muito altos não só pelos albuns como também pelo frete, temos que esperar muito tempo pela entrega e muitas vezes somos taxados a preços maiores do

que a própria compra, tendo que desistir dela. Com os produtos sendo vendidos por lojas locais, seria possível reduzir bastante pelo menos o valor do frete e a espera pela entrega, além dos produtos não precisarem passar pela alfândega correndo o risco de serem taxados.

Principalmente em metrópoles ou até mesmo lojas em cidades pequenas, mesmo que sejam virtuais, sinto falta de muitos acessórios e produtos, assim como a divulgação.

O prazo de entrega seria menor e a probabilidade de ser taxada também

Acho que apesar dos preços ficarem caros, muitas vezes ter alguns álbuns em lojas de varejo podem ajudar na venda (e conseqüentemente na divulgação desses grupos) pois torna ela mais acessível para quem prefere compras presenciais

Maior confiança e melhores métodos para pagamento, além de ter mais chance de resolver caso haja problemas durante o período de entregas

É complicado querer um álbum e só consegui-lo comprar se for online, principalmente quando se é do interior é muito raro ter qualquer coisa desse tipo a venda por aqui. Sem contar que até por sites é muito difícil saber quais são confiáveis ou não. Ainda tendo o preço de fretes nacionais e internacionais, taxas, entre outros

Como os álbuns oficiais são praticamente só vendidos pelas lojas coreanas (ou então as lojinhas BR importam das lojas coreanas), o frete acaba muitas vezes sendo quase proibitivo. Com grandes lojas importando quantidades maiores dos produtos, talvez os preços ficassem mais próximos da realidade brasileira.

Eu sempre tento comprar no menor preço e geralmente os varejistas colocam caro

Sim, porque todo o processo de comprar qualquer produto importado no Brasil é muito difícil. Primeiro pq acaba se tornando muito caro, e quando chega aqui, ainda é taxado. E se não compra de uma loja oficial, é praticamente ficar à mercê da sorte.

por causa do preço dos fretes online e que em lojas online não podemos ver se os produtos tem falhas

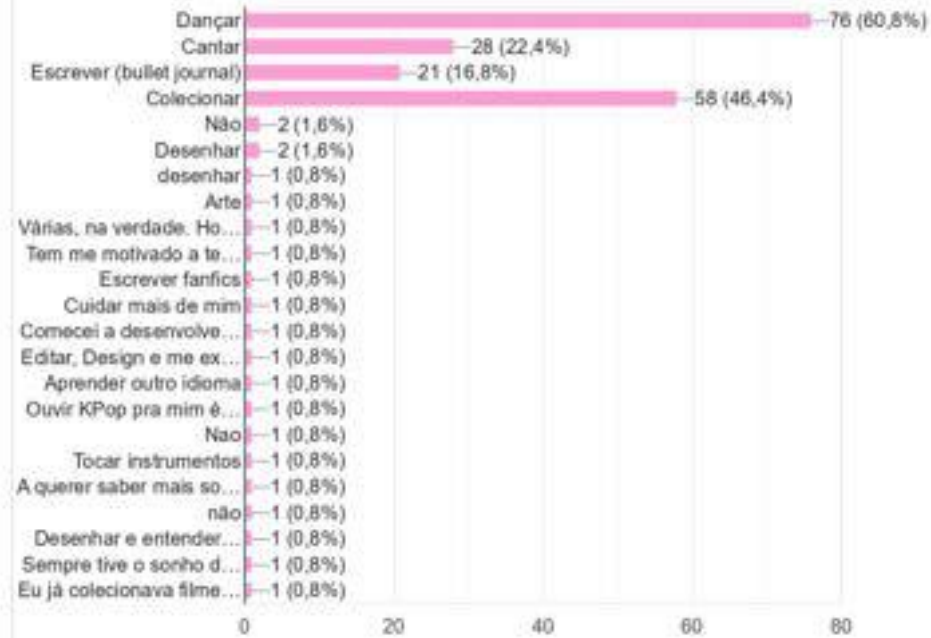
Seria mais fácil de encontrar, porém provavelmente seria mais caro.



O K-pop te influenciou a fazer alguma atividade? se sim qual?

 Copiar

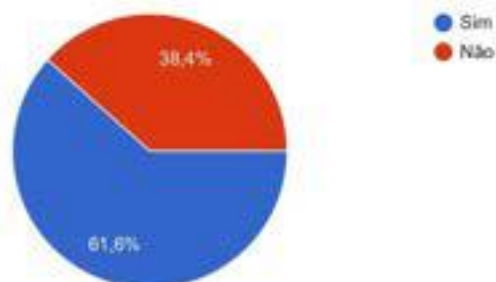
125 respostas



Coleciona alguma peça gráfica sobre K-pop? (Photocards, postcards, polaroids, álbuns etc)

 Copiar

125 respostas



Se você respondeu sim: Por qual motivo decidiu colecionar?

67 respostas

Para eternizar o momento e o sentimento nem que fosse em um pedacinho de papel.

não coleciono, casualmente consigo alguns itens, eu me interessei quando meu grupo favorito (ITHE9) lançou seu primeiro álbum. quis apoiar meu idol favorito.

Porque gosto de ouvir as músicas dos álbuns, é uma experiência mais imersiva, além de montar bullets com os polaroids e estimular a criatividade.

Por ser algo que significou pra mim, pelo momento que vivi.

Porque gosto muito de ter produtos oficiais dos meus grupos favoritos

É muito terapêutico pra mim ver a coleção crescendo e sendo completada aos poucos, e o senso de comunidade entre colecionadores também é muito agradável

Para decoração e também ajudar meu grupo utt em vendas.

adoro ver as diferentes fotos dos meus membros favoritos, acho divertido e conheci muitas pessoas legais que me impulsionam a fazer isso saudavelmente!

Recordações. Algumas fotos causam um sentimento gostoso de nostalgia e é por isso que decido colecionar. Por enquanto, minha coleção e hobby é mais restrita, e opto por não me deixar gastar tão caro com os pcs.

dépressao

Porque acho legal e posso mostrar meu amor por eles colecionando

É mais por lazer, um motivo bem bobo. Achei fofo e quis começar ksksk

Sou grande fã dos grupos Ateez e Stray Kids, além da solista ChungHa, gostaria de ter todos os álbuns e itens que mais gosto.

Por que eu gosto

Para apoiar meus idols

Eu acho muito legal e lindos os photocards e por isso eu decidi colecionar, além de que eu adoro colocar atrás do meu celular.

Decidi colecionar porque achei bonito

achei interessante também cada álbum vir com pelo menos um photocard de membro e gosto.



Muito quando compro algo lacrado e na expectativa de saber quem tirei

Decidi colecionar da minha ultimate, pq os photocards são tão lindos e não tinha nada dela aí decidi começar a colecionar os itens que eu acho mais bonitos

Pra ter produtos oficiais do meu grupo tt

me sentir mais próximos dos meus favs

não sei o motivo ao certo, eu via pessoas que colecionavam e achava divertido e decidi que queria ter também

Pelo mesmo motivo citado acima

Decidi colecionar por apego aos membros e ao grupo, me sinto parte de algo grande e é confortável ter essas coisas como forma de carinho e apreço.

Gosto do produto

Ter um pedacinho dos artistas que staneio comigo

Gosto de ter tudo dos integrantes das bandas que eu gosto, é um desejo muito bom quando minhas compras chegam no correio

por gostar muito do idol que coleciono, é uma forma de eu ter ela perto de mim 🍷🍷

Não teve nem um motivo específico, eu apenas achei interessante.

Sempre gostei de colecionar album/cd dos meus grupos favoritos

Me sinto mais próxima dos idols que eu coleciono enquanto minha coleção cresce, e foi uma forma que eu encontrei de me fazer feliz.

mesmo motivo citado acima!

Por amar e quererem ter um pedacinho da história dos idols que eu amo

Simplesmente por amar ter qualquer coisa dos meninos do BTS.

Acho as fotos bonitas.

Não sei exatamente, simplesmente por admiração ao artista e vontade de me sentir mais próximo ao mesmo

Acho lindo

Gosto de colecionar photocards dos meus bias ou integrantes que gosto



Artistas que amo e me fazem felizes

por diversão

Para fazer uma coleção com minhas fav e colocar na minha capinha de celular

Como gosto do grupo e das integrantes, desejo ter os produtos oficiais. Minha motivação acaba sendo o amor que sinto pelo grupo que me leva a querer comprar os produtos

Foi uma forma de me sentir mais próxima do grupo e adoro a sensação de fazer unboxing e o mistério de talvez achar um photocard do meu bias.

Porque sempre gostei de colecionar coisas, inclusive pedras, por que não cards de Kpop?

Acho polaroids de idols normalmente bonitas.

Sempre gostei de colecionar, mas os álbuns são bem muito feitos e bonitos

Porque quando coleciono, sinto que estou apoiando meus ídolos de certa forma. Além disso, ter uma coleção mais completa dá uma sensação de satisfação, que ainda é aumentada pelo fato de que os artigos de kpop são sempre muito bonitos e bem feitos.

Pois são "peças" que me trazem conforto, de certa forma, a maioria são lembranças de eventos, shows etc.

É um pagamento pelo entretenimento que eles me geram, coleciono apenas de 1 grupo

Por gostar dos artistas em questão e gostar dos itens

Porque gosto da comunidade collector, gosto de ter uma lembrança física dos meus bias, gosto da sensação de ver a coleção crescendo, gosto de embalar photocards de formas fofas pra trocar, gosto de gravar unboxings pra compartilhar com outros amigos que colecionam

Decidi colecionar para guardar os álbuns de recordação

Para ter itens dos meus idols favoritos, além da minha coleção

Para ter algo dos idols que gosto em mãos.

Porque eu amo colecionar

Pq eu gosto

Acho que a coleção de álbuns é uma forma de expressar as coisas que gosto, além de ser um lembrete de que existem coisas boas e legais no mundo hehe

Porque tive dinheiro



Queria comprar coisas dos meus faves

pq é bonito, mas não tenho mtos pq n tenho dinheiro

Ser fã de alguns grupos

Pra apoiar os grupos que eu gosto. E porque me trás uma sensação maravilhosa poder participar dos comebacks, assim como os outros fãs pelo mundo <3

Sei lá, gostei e quis colecionar pra me manter mais próxima talvez, mas pq gosto msm kk

Acho um desafio, principalmente quando é algo antigo ou limitado.

Eu quero ter um quarto decorado

Gosto de ter os photocards oficiais.

Msm resposta que dei sobre ter um pedacinhos deles comigo.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

