

MODA E MÚSICA: A INFLUÊNCIA DO K-POP NA MODA DA GERAÇÃO Z

Fashion and Music: The Influence of K-Pop on Generation Z Fashion

Simões, Maria Clara Rezende; graduação; Universidade de Fortaleza, j.silva@brasil.br¹

Gondim, Raquel Viana; Mestre; Universidade de Fortaleza, raquelgondim@unifor.br²

Resumo: O trabalho trata de uma revisão de literatura para abordar a relação entre o gênero musical K-pop e a moda com o público da geração Z. Para tanto foi realizada uma pesquisa qualitativa, exploratória, descritiva e bibliográfica. Dessa forma foram analisados dados sobre a geração Z, a política cultural sul coreana Hallyu, até os dias de hoje, em que o K-Pop se tornou um fenômeno global e sua relação com a moda, assim como a maneira como os jovens utilizam dessa moda em seu dia a dia.

Palavras chave: Geração Z; K-Pop; moda.

Abstract: The present work deals with a literature review to address the relationship between the K-pop musical genre and fashion with the Z generation audience. descriptive and bibliographical. In this way, data on the themes were collected and analyzed, addressing Generation Z, passing through the South Korean Hallyu cultural policy, until today, when K-Pop has become a global phenomenon and its relationship with fashion, as well as the way young people use this fashion in their daily lives.

Keywords: Generation Z; K-Pop; fashion.

Introdução

Em meados da década de 90, foi desenvolvida na Coreia do Sul uma política pública cultural nomeada como Hallyu, cujo propósito era expandir e exportar a cultura coreana para o mundo. O Korean-Pop ou K-Pop, gênero musical oriundo desta política, se tornou um grande fenômeno mundial nas duas últimas décadas, ganhando grande fama e influência em diferentes setores culturais, como na dança, na música, no audiovisual e, não menos importante, na moda. Atualmente, o K-Pop se faz presente na moda de tal forma que produtos usados ou apenas mencionados por *K-Idols*, abreviação de “Korean Idols”, com tradução literal para “ídolos coreanos”, se tornam extremamente procurados e rapidamente esgotados, gerando um lucro e retorno significativos para o mercado.

¹ Graduada em Design de Moda na Universidade de Fortaleza – UNIFOR.

² Doutoranda em Ciências da Cultura pela Universidade de Trás-os Montes e Alto Douro (UTAD), Portugal - e professora dos cursos de Design de Moda e Bacharelado em Moda da Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

O propósito dessa pesquisa foi de desvelar a relação da moda dentro do gênero musical K-pop e as formas como ela age e influencia os jovens da geração Z, seja na forma como se vestem, cores e combinações de peças, estilos de beleza e acessórios que utilizam, assim como as consequências provenientes, sendo elas positivas ou negativas.

Desta forma, o trabalho trata-se uma pesquisa qualitativa, ou seja, aquela que se baseia na análise e interpretação pelo pesquisador sobre o tema proposto. A pesquisa também é caracterizada como sendo do tipo exploratória-descritiva. Uma pesquisa exploratória possui um planejamento flexível, buscando obter maior familiaridade com o tema. Já a pesquisa descritiva busca descrever as características de um fenômeno ou grupo social, podendo também identificar as possíveis relações existentes entre as opções apresentadas mediante o tema abordado (GIL, 2022).

Geração Z

O conceito de geração é algo que foi se modificando ao longo dos anos. Atualmente, uma geração é caracterizada pela união de pessoas que estão interligadas umas às outras através de eventos históricos compartilhados, que muitas vezes resultam em mudanças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas radicais na sociedade, sendo estes os elementos que marcam o início e o fim de uma geração. Estas características de acontecimentos caracterizam e influenciam a maneira de ser, viver e enxergar o mundo para os pertencentes às devidas gerações, sendo o momento socioeconômico e o histórico os que mais influenciam (VASCONCELOS, 2010).

A geração Z é caracterizada pelas pessoas nascidas entre os anos de 1998 e 2010, abrangendo os jovens atuais que possuem entre seus 13 e 25 anos. Estes são considerados nativos digitais, pois nasceram em uma época em que a tecnologia digital é acessível de maneira mundial, sendo eles os mais conectados da história. Competitivos, realistas e independentes, os pertencentes à geração Z, sentem vontade de se arriscar no mundo, valorizam a consciência coletiva e necessitam expor suas opiniões, buscando autenticidade e pessoas que pensem igual. Como são indivíduos mais conscientes da realidade, são fortemente ligados às causas mundiais e buscam a sustentabilidade, mas também são aqueles com os jovens mais ansiosos e com diversas dificuldades psicológicas, constantemente

pressionados pela a ideia de sucesso em suas vidas, padecendo de ansiedade e depressão (HOLTZ, 2020).

A moda é um dos vetores de expressão de suma importância para a geração Z, marcada pela ida e vinda de várias tendências, modismos, persuasão de artistas musicais e influenciadores digitais que viralizaram com seus conteúdos nas redes sociais. Segundo Spotify (2019), a relação existente entre a geração Z com a cultura, a música e a tecnologia, tem o estilo K-Pop como uma das maiores tendências globais no meio musical. Isso se deve a fatores como a versatilidade de referências que o gênero abrange, abordando tanto os inúmeros estilos musicais, como os fashionistas, o que chama atenção dos jovens e os influencia a seguirem seus estilos.

O início de tudo: a política cultural Hallyu

A Coreia foi colonizada inicialmente pela China e no início do século XX e passou a ser colônia do Japão (1910-1945). Com o fim da Segunda Guerra Mundial, os japoneses deixaram a ex-colônia à deriva. Isso ocasionou um conflito interno, resultando na separação do país em dois: a Coreia do Norte e a Coreia Sul. A Coreia do Sul saiu fragilizada financeiramente deste conflito e, na busca de uma estabilidade econômica, o governo da época criou o programa chamado de ‘Milagre do Rio Han’. Tal milagre sul-coreano (1961 – 1996) fez com que o país passasse de um Estado falido para uma das principais economias mundiais por meio de investimentos ocorridos, sobretudo, nas áreas de educação e de cultura (FRANCEZ, 2021).

O Hallyu, que ficou conhecido como “Korean Wave” ou “Onda Coreana”, é a maneira como foi chamada a política de popularização da cultura coreana, que se deu a partir dos anos 90 com a transmissão de novelas coreanas, conhecidas popularmente como “K-Dramas”, em países como Japão, China e Taiwan (OGASAWARA, 2020). A Korean Wave atua em diversas áreas como a música, a televisão, os filmes, a culinária, a moda e até mesmo o padrão de belezas. Em termos históricos, o Hallyu foi dividido em quatro gerações: Hallyu 1.0, 2.0, 3.0 e 4.0.

De acordo com Jin (2012) e Jun (2017), o Hallyu 1.0 iniciou no ano de 1995, quando a cultura coreana começou a ser observada e exportada para o restante do mundo, tendo como

produto principal os K-Dramas, novelas coreanas, ou ainda, doramas, que foram transmitidas em países do leste e sudeste asiáticos. O Hallyu 2.0 foi caracterizado pela grande disseminação da onda cultural coreana através das redes sociais, como YouTube, Twitter, Facebook e outras, que contribuíram para a disseminação dessa política cultural no mundo. Nesse período, a música foi o setor priorizado para receber o incentivo, tendo o K-Pop como o principal destaque dentre os gêneros culturais. O Hallyu 3.0 foi caracterizado pela forte ascensão e foco no estilo de vida coreano, voltado para *softwares*, entretenimento, bem-estar, alimentação, saúde, cosméticos e beleza. Nesta fase, as ações de *marketing* procuraram utilizar os K-Idols (abreviação para ‘Korean Idols’) ou grupos inteiros de K-Pop para serem embaixadores dos produtos divulgados, gerando, muitas vezes, uma popularização mais rápida dos mesmos. Considerado o estágio mais atual, o Hallyu 4.0 é referente ao estilo de vida coreano, conhecido como *K-style*, envolvendo áreas como gastronomia e moda, sendo associado à imagem e às rotinas dos artistas coreanos, atores e *idols* de K-Pop. Além disso, envolve a ubiquidade (*K-ubiquity*) que é a estratégia de estar ou existir em todos os lugares, pessoas e/ou coisas, unificando em uma onda só as três primeiras fases do Hallyu

O fenômeno K-Pop

O K-Pop ou o *Korean Pop*, traduzido livremente como pop coreano, é o estilo musical que remete às bandas, cantores e grupos sul-coreanos desde meados da década de 1990, que vem sendo, cada vez mais, consumido pelas pessoas ao redor do mundo. Misturando diversos gêneros musicais como *pop*, *hip hop*, *rock*, eletrônica *reggae* e outros, o K-Pop junta elementos sonoros às vestimentas chamativas e coreografias bem desenvolvidas, resultando em um estilo completo e de possível agrado para diferentes públicos (ALMEIDA, 2016). Assim como as ondas do Hallyu, o *K-Pop* é separado em várias fases, conhecidas pelos fãs como “gerações”.

Toda a influencia do K-Pop entre os jovens possui diversas razões. O gênero detém de alta versatilidade, podendo apresentar diferentes estilos, sonoridades e visuais, o que o torna de maior facilidade para se agradar uma maior quantidade de pessoas. Além disso, os fãs do K-Pop muitas vezes o utilizam como forma de expressão e identificação, seja através das letras de suas músicas, das coreografias, das roupas que utilizam ou até mesmo pelos trejeitos

dos próprios *idols*. Mesmo sendo um conteúdo de maior consumo *online*, os fãs se engajam e são determinados a consumi-lo presencialmente também, indo aos shows, festivais, encontros em suas cidades, participando de grupos *cover* e chegam a se interessar pelo país asiático, aprendendo sua cultura, costumes, culinária, língua e o tendo como destino de viagem. (BRISA, 2019).

Moda e música: relação com o K-Pop

A moda atua como importante meio de expressão e reflexão de cada indivíduo, envolvendo não somente a parte visual de estilo, mas também representa fatores políticos, sociais, culturais, econômicos e quaisquer outros aspectos que fazem parte da composição de identidade de um indivíduo. Enquanto isso, a música, que é a combinação de ritmo, harmonia e melodia, também é uma forma de expressão e identificação para várias pessoas, sendo manifestação artística e cultural. Moda e música são interligadas pelo movimento e comunicação, influenciando entre si e refletindo nas pessoas. Ambas comunicam, sendo a música através de sons e a moda por imagens, formas e cores (NOROGRANDO; BENETTI, 2016). Essa relação é notavelmente presente e marcante no K-Pop, pois se trata de um gênero com muito trabalho visual envolvido. Graças ao K-Pop e também aos doramas, a Coreia do Sul vem se tornando uma protagonista no cenário *fashion*, sendo referência de beleza, trajes e até mesmo comportamento. O conteúdo de moda é o que primeiro chega ao público, principalmente quando se trata dos jovens da geração Z.

A moda no K-Pop possui vários estilos e tendências que são tanto aderidas pelos *K-Idols*, quanto lançadas por eles, tendo uma grande fluidez de estilos, épocas e até mesmo gêneros, utilizadas por *idols* femininos e masculinos como figurinos de palco e muitas vezes levado para seus estilos pessoais. Marcas como Vetements, GUCCI, Cèline, Hermès, DIOR, Bulgari e outras estão inseridas no mercado da moda coreana e do K-Pop nos últimos anos, criando parcerias e vínculos e gerando, conseqüente, interesse nessas marcas pelo público. (BAGATINI, 2023).

O gênero musical do K-Pop possui seus grupos separados em gerações, cada uma com suas características marcantes, que foram se modificando e aprimorando durante os anos, o que não é diferente quando se está relacionado à moda. Sendo assim, na primeira geração

havia o uso de roupas *oversized*, com casacos e calças largas, visuais monocromáticos, óculos e luvas de esqui, tênis, gorros e *bucket hats* nos visuais masculinos. Já nas mulheres notava-se a aparência angelical, com peças em tamanhos médios ou longas, sendo estas casuais. A partir do final da primeira geração e se fortalecendo na segunda geração, os homens começaram a utilizar regatas, calças mais justas, acessórios diversos de couro ou prata, correntes e brincos, tênis de cano médio, além de sapatos e roupas sociais, como ternos e camisetas de botão. Já as mulheres usavam jeans e algumas peças com cintura baixa, acessórios grandes, tecidos leves com elementos femininos, como babados e brilho. Além disso, a silhueta feminina, as maquiagens mais elaboradas e o *mini-size* foram elementos que começaram a receber atenção nos figurinos de K-Pop (FERREIRA, 2022). Na terceira geração até o presente momento, não houve grandes mudanças na moda do K-Pop, principalmente pela adaptação de cada grupo aos conceitos estabelecidos para eles

A moda promovida pelos *Idols* foi sendo percebida, inicialmente, nos fãs que fazem *dance cover*. Trata-se de jovens que dançam as coreografias das músicas de K-Pop e interpretam os artistas, juntando movimentos de dança, expressões faciais e figurinos, já que, muitas vezes buscam vestir-se como o *idol* escolhido para se obter a fidelidade máxima ao *cover*. Esse é o caso do grupo de dança Solar da cidade de Fortaleza-CE composto por 6 integrantes, com idade entre 18 a 22 anos que se uniram por serem fãs das bandas de K-Pop. Em suas apresentações, elas se montam com figurinos e maquiagem semelhantes aos grupos que representam em suas performances (FIG. 1).

Figura 1: Painel do Grupo Solar



Fonte: autoras, 2023

Contudo, os figurinos dos *dance covers* começaram a ser usadas no dia-a-dia das pessoas, fazendo com que a moda K-Pop, com peças coloridas, inúmeras combinações e

mistura elementos de vários estilos, como alfaiataria, o sensual, o casual e *streetwear* crescesse, sobretudo no público da Geração Z.

Considerações Finais

O desenvolvimento do presente trabalho foi orientado pelo propósito de desvelar a maneira como o gênero musical K-Pop está inserido e presente na moda, estourando a bolha do estilo musical e da internet, atingindo pessoas de todo o mundo e de todas as idades.

Ao analisar a história do K-Pop, percebeu-se que o gênero é um resultado da política cultural sul-coreana, chamada Hallyu, que busca expandir a cultura da Coreia do Sul para além de suas fronteiras. Dessa forma, o pop coreano se tornou o produto de exportação e maior sucesso do país, estando presente em várias áreas como cinema, música, dança, teatro, cosméticos e moda. Neste trabalho, foi mostrado como o K-Pop está presente na moda e possui sua influência na mesma, principalmente quando refletida naqueles pertencentes à geração Z, especialmente por se tratarem de pessoas muito conectadas à internet e que gostam de acompanhar as vidas de seus artistas favoritos de perto. Além disso, essa geração deseja investir em itens que os *K-Idols* usem em seus *shows*, ou no dia a dia.

É desejado que este trabalho seja utilizado como objeto de pesquisa para outras pessoas que desejem buscar e/ou conhecer mais sobre a relação do gênero musical K-pop com a moda, assim como sobre a política cultural Hallyu e sobre algumas características da sociedade coreana que foram abordadas.

Referências

ALMEIDA, Naiane Batista de. **O fenômeno Hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul**. 2019. 92f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Comunicação, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa: UFPB, 2019.

BAGATINI, Janaine. Como o K-pop se tornou uma influência global na moda? **Blog Menina Shoes**, [online], 11 abr. 2023. Disponível em: <<https://blog.meninashoes.com.br/como-o-k-pop-se-tornou-uma-influencia-global-na-moda/>>. Acesso em: 13 jun. 2023.

BRISA, Barbara. Kpop emerge como tendência global entre Millennials e Geração Z. **Brazil Korea** [online], 28 jun. 2019. Disponível em: <<https://www.brazilkorea.com.br/kpop-tendencia-global/>>. Acesso em 12 de maio de 2023.

FERREIRA, Gabriela. Linha do tempo da onda coreana: Entenda como o k-pop dominou o mundo. **Tangerina**, [online] 2022. Disponível em: <<https://tangerina.uol.com.br/musica/k-pop-linha-do-tempo/>>. Acesso em: 13 jun. 2023.

FRANCEZ, Pedro Antônio Saraiva de Carvalho Pereira. **A educação e o Milagre econômico do Rio Han na Coreia do Sul (1961-1990)**. 2021.123f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Humanas e Naturais. Vitória: UFES, 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Como Fazer Pesquisa Qualitativa**. Brasil: Atlas, 2021.

HOLTZ, Tatiana Daré. Geração Z: novos consumidores do mercado e a equidade de gênero nas campanhas publicitárias, no mercado de Portugal e do Brasil. **Comum rcaap**, 2020. Disponível em: <<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/31253/1/Geração%20Z.pdf>>. Acesso em 20 de abril de 2023.

JIN, D. Yong. Hallyu 2.0: The new Korean wave in the creative industry. **International Institute Journal University of Michigan**, Vol. 2, Issue 1, 2012. Disponível em: <<https://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>>. Acesso em: 12 mar. 2023.

JUN, Hanna. Hallyu at a Crossroads: The Clash of Korea's Soft Power Success and China's Hard Power Threat in Light of Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) System Deployment. **Brill**, 2017. Disponível em: <https://brill.com/view/journals/aistr/18/1/article-p153_8.xml?language=en>. Acesso em: 07 jun. 2023.

NOROGRANDO, Rafaela; BENETTI, Alfonso. **Moda, música e sentimentos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

OGASAWARA, Tamyres. Hallyu: entenda tudo sobre o fenômeno da onda coreana. **Hallyu Brasil** [online], 24 mar. 2020. Disponível em: <<https://hallyubrasil.com/blog/cultura-coreana/hallyu-tudo-sobre-a-onda-coreana/>>. Acesso em 10 de março de 2023.

SPOTIFY; Culture Next 2019: The trends defining Gen Zs and Millennials. **Spotify**, 2019. Disponível em: <<https://ads.spotify.com/en-US/culture-next/the-2019-report/>>. Acesso em: 14 jun. 2023.

VASCONCELOS, K. C. A geração Y e as suas âncoras de carreira. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v.8 n. 2, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/21628/18320>>. Acesso em 20 de abril de 2023.



18° COLÓQUIO
DE MODA

17  fórum das
escolas de moda

9  CONGRESSO DE INICIAÇÃO
CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

www.escolasdemoda.com.br

