



# DESIGN

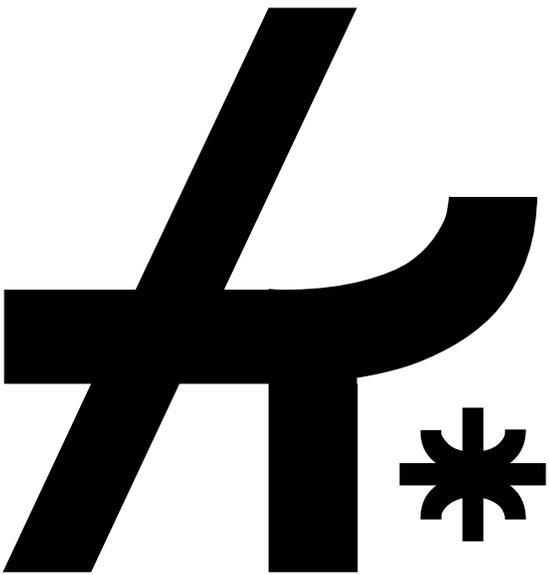
CÂNON DOS ÁLBUNS K-POP

Maria Luiza da Silveira Souza

Universidade Federal de Pernambuco  
Centro de Artes e Comunicação  
Departamento de Design

Orientação  
Prof. Solange Galvão Coutinho

Recife, 2025



# DESIGN

CÂNON DOS ÁLBUNS K-POP

Maria Luiza da Silveira Souza

Projeto de conclusão de curso  
apresentado à Universidade Federal  
de Pernambuco como requisito para  
obtenção do título de Bacharel no  
Programa de Graduação em Design

Recife, 2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Souza, Maria Luiza da Silveira.

K-DESIGN: Cânon dos álbuns K-pop / Maria Luiza da Silveira Souza. -  
Recife, 2025.

55 p. : il.

Orientador(a): Solange Galvão Coutinho

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de  
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Design - Bacharelado, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. K-pop. 2. Design. 3. Álbuns. 4. Catálogo. I. Coutinho, Solange Galvão.  
(Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

Maria Luiza da Silveira Souza

## **K-DESIGN: Cânon dos álbuns K-pop**

Projeto de conclusão de curso  
apresentado à Universidade Federal  
de Pernambuco como requisito  
para obtenção do título de Bacharel  
no Programa de Graduação em  
Design

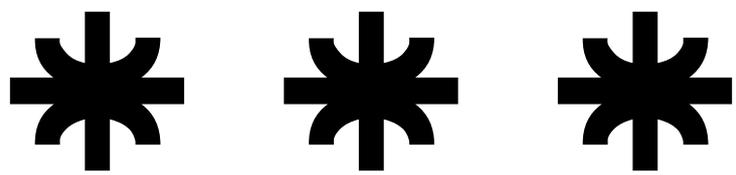
Aprovado em: 10/04/2025

### **Banca Examinadora**

Prof. Solange Galvão Coutinho  
(Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Hans da Nóbrega Waechter  
(Examinador interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Eliane da Fonte  
(Examinadora externa)  
Universidade Federal de Pernambuco



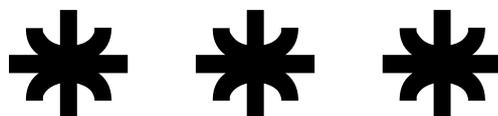
# AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha eterna e profunda gratidão à minha base, aos pilares que sempre me sustentaram com amor e cuidado: Ângela, Daniela, Jonas, Breno e Belinha. O carinho que recebi de vocês me trouxe até aqui.

Agradeço imensamente aos meus professores da graduação, especialmente à Sol, pelas valiosas orientações, atenção e paciência, não apenas neste projeto, mas também em todas suas disciplinas que tive o prazer de cursar. Meu sincero agradecimento também à Hans, pelo aprendizado que tive tanto como aluna quanto como monitora. Foi um verdadeiro privilégio poder auxiliá-lo em sala de aula por tanto tempo!

Agradeço também à família que escolhi para mim: Rafael e Margot. Vocês são meu lar.

Por fim, sou grata a todos meus companheiros de jornada. Guardo vocês comigo no coração.



# RESUMO

Este memorial descritivo registra o processo de concepção e criação do catálogo editorial "K-Design: Cânon dos Álbuns K-pop", que reúne alguns dos principais designs de álbuns do K-pop. O *K-pop* diz respeito ao gênero musical pop advindo da Coreia do Sul e seus produtos derivados. O projeto utilizou as diretrizes projetuais de Waechter (2019) e é composto por um pequeno recorte da rica produção criativa da Coreia do Sul, tendo como principal objetivo apresentar ao público novas referências e inspirações no campo do design.

Palavras-Chave: K-pop, Design, Álbuns, Catálogo.

# ABSTRACT

*This descriptive memorandum showcases the conception and creation process of the editorial catalog "K-Design: Canon of K-pop Albums", which brings together some of the most prominent album's designs in K-pop. K-pop refers to the pop music genre originating from South Korea and its derived products. The project used Waechter's (2019) project guidelines and represents a sample of South Korea's rich creative production, aiming to present the public with new references and inspirations in the design field.*

*Key-Words: K-pop, Design, Albums, Catalog.*

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
1.1 APRESENTAÇÃO	10
1.2 JUSTIFICATIVA	12
1.3 OBJETIVO GERAL	13
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
<b>2. TERMINOLOGIAS</b>	<b>14</b>
2.1 POP, CULTURA & CULTURA-POP	14
2.2 K-POP, O POP SUL-COREANO	15
<b>3. METODOLOGIA</b>	<b>17</b>
3.1 FASE I: Analítica   Conceitual   Coleta de Dados	18
3.2 FASE II: Criativa   Executiva	19
<b>4. DESENVOLVIMENTO</b>	<b>20</b>
4.1 FASE I: Analítica   Conceitual   Coleta de Dados	20
4.1.1 Recebimento e elaboração do conteúdo	20
4.1.2 Aplicação do briefing do projeto editorial	21
4.1.3 Análise de similares	22
4.1.4 Definição dos requisitos editoriais	26
4.1.5 Observação e análise dos artefatos	27
4.1.6 Definição conceitual da proposta editorial	31
4.2 FASE II: Criativa   Executiva	32
4.2.1 Definições de editoriação   Grid   Fontes	32
4.2.2 Definição da parte introdutória	37
4.2.3 Definição da parte catalogada	39
4.2.4 Definição da parte final	42
4.2.5 Inserção e/ou criação de ilustrações	43
4.2.6 Definição da parte externa	44
4.2.7 Definição de acabamentos	45
4.2.8 Elaboração do protótipo	47
4.2.9 Revisão Final dos arquivos   acompanhamento da produção gráfica	48

# SUMÁRIO

4.2.10 Elaboração de Mockups 49

**5. CONCLUSÃO 53**

**REFERÊNCIAS 54**

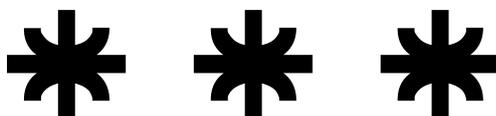
**APÊNDICES 55**

APÊNDICE A

Respostas do formulário “Estudo do consumo da cultura pop sul-coreana K-POP”

APÊNDICE B

Apresentação do Flipbook



# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 APRESENTAÇÃO

A Onda Coreana – *Hallyu* (한류) – denomina o fenômeno de popularidade da economia cultural da Coreia do Sul, com a exportação de produtos da cultura pop em panorama global (Roll, 2020). É possível perceber tal manifestação permeada no cotidiano das pessoas em diversas partes do mundo, seja no consumo dos *K-dramas* – as famosas novelas coreanas – por adultos e idosos, seja no consumo das músicas do K-pop pelas gerações mais novas.

O *soft power*, termo traduzido do inglês como poder suave, é definido como a capacidade de dominação de um país em relação a outro sem fazer o uso da força ou ordenação, visto que ela chega à sociedade através da cultura, instituições ou ideologias (Nye, 1990). Entendendo o conceito, podemos afirmar que os *K-dramas* e o K-pop são alguns dos instrumentos utilizados pela Coreia do Sul para impulsionar a *Hallyu*, expandindo sua influência global e cativando os consumidores com seus produtos culturais. Dessa forma, o país se utiliza da Onda Coreana como uma ferramenta política que aprimora a diplomacia cultural e pública (Jang e Paik, 2012).

O gênero musical K-pop, ou música pop sul-coreana, é uma das principais exportações e ferramenta de disseminação da *Hallyu*, caracterizado principalmente pelo apelo visual de seus ídolos e de suas performances (Choi, 2015). A ascensão do gênero está relacionada diretamente à conjuntura histórico-cultural do país a partir dos anos 1990, onde as indústrias criativas foram fatores chave para o crescimento econômico e desenvolvimento nacional (*ibid*). Com o grande investimento em setores criativos e do entretenimento por parte do governo, a Coreia do Sul se destaca na indústria fonográfica e ascende como potência emergente.

De acordo com o relatório de música global do ano de 2024 divulgado pela *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), 4 álbuns do gênero K-pop ocuparam posições dentro do top 10 global de álbuns mais consumidos no ano, contabilizados em todos os formatos de consumo (IFPI, 2025). A expressividade deste dado demonstra a popularidade dos artistas do pop sul-coreano, revelando o seu impacto crescente no setor musical.

O reconhecimento do K-pop vai além do campo fonográfico; o gênero também se destaca na produção de materiais voltados para os fãs. Os álbuns musicais, uma vez deixados de lado pela diminuição do uso de CD's devido ao avanço das plataformas digitais de *streaming*, ressurgem como principal produto físico de consumo do gênero devido às suas particularidades. Os álbuns de K-pop possuem uma variedade de inclusões, como fotos colecionáveis, pôsteres, adesivos, cartões postais e outros subprodutos. Atualmente, os fãs não compram álbuns para escutar as músicas pois sequer possuem tocador de discos (Herman, 2020); eles compram como algo que possam colecionar. Com a explosão do consumo de álbuns e de diversos produtos voltados aos ouvintes fiéis, a Coreia do Sul passa a ter grande destaque e se torna referência em áreas da criatividade, como o design. A utilização do design eleva a narrativa em cada lançamento, possibilitando maior expressão por meio da comunicação visual (*Ibidem*).

[...] O governo expressa, então, seu apoio, por meio de suporte financeiro, capacitação de profissionais e incentivo a cursos superiores na área. É por reconhecer o valor do design para se posicionar competitivamente num mercado, hoje globalizado, que a Coreia possui atualmente tamanho alcance no mercado internacional, e que o k-pop, em particular, se destaca em diversos segmentos do design, como o gráfico, digital, de embalagens e também o emocional. (Remígio, 2021, p.14)

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O interesse nas temáticas da Indústria Cultural Sul-Coreana e da *Hallyu* surgiu a partir do meu consumo como fã do gênero K-pop, iniciado nos anos da pandemia de Covid-19 (2020) até o presente.

Antes de iniciar o projeto de conclusão de curso, tive a oportunidade de estudar a sociologia da cultura pop sul-coreana na Universidade Federal de Pernambuco. A disciplina Seminário 4: Sociologia da Cultura Pop Sul-Coreana, oferecida pela professora Eliane da Fonte, docente do Departamento de Sociologia da UFPE, no campus Recife, em 2023, me proporcionou uma imersão no contexto histórico da Coreia do Sul, abrangendo aspectos sociológicos e culturais. A experiência de cursar uma matéria de outro departamento e a oportunidade de debater temas com alunos de diferentes cursos da universidade consolidaram minha vontade de aprofundar meus estudos nessa área.

Além do evidente valor subjetivo e pessoal para mim, a indústria cultural sul-coreana se destaca como uma grande potência no cenário global do design, com excelência em áreas como design gráfico, design de embalagens, identidade visual e branding. Grandes corporações do ramo musical sul-coreano já foram reconhecidas com prêmios de prestígio, como o *IF Design Awards* e o *Red Dot Design Awards*. Assim, os artefatos relacionados ao K-pop tornaram-se ainda mais fascinantes e atrativos em minha trajetória acadêmica, transformando-me não apenas em consumidora e apreciadora, mas também em pesquisadora da temática. Isso despertou novas inspirações, influências e referências que enriqueceram meu trabalho como designer.

Por fim, acredito na importância de valorizar e promover a cultura não apenas do Brasil mas também de outros países emergentes ou daqueles que buscam romper com a hegemonia estabelecida. Vejo o compartilhamento do design sul-coreano como uma oportunidade de apresentar novas referências, desafiando a predominância ocidental no campo do design e da criatividade.

## **1.3 OBJETIVO GERAL**

Desenvolver um catálogo editorial que reúna projetos de design dos álbuns intitulados cânon<sup>1</sup> do K-pop.

## **1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aprofundar os estudos e reunir informações acerca da indústria cultural sul-coreana e seus aspectos históricos, culturais e sociológicos;
2. Coletar informações sobre os interesses do público consumidor de K-pop no Brasil;
3. Aprofundar os estudos acerca dos álbuns de K-pop;
4. Selecionar, organizar e reunir informações acerca dos projetos de design dos álbuns de K-pop;
5. Produzir o catálogo editorial em formato digital e impresso.

---

<sup>1</sup> Referência; modelo a ser seguido ou inspirado.

# 2. TERMINOLOGIAS

## 2.1 POP, CULTURA & CULTURA-POP

O termo pop é um conceito amplo e que pode ser concebido por compreensões múltiplas. Podemos entendê-lo como algo atrelado às formas de produção de uma indústria cultural, devido ao nosso contexto capitalista e de consumo. Devemos, portanto, nos distanciarmos da relação do “pop” com o popular e nos aproximarmos com o conceito de popular midiático/das massas, como citado por Soares (2014). Já cultura é aquilo que abrange uma conjuntura fatores, que representa um grupo de pessoas ou um lugar. Dessa forma, trabalhamos no presente trabalho com o conceito de cultura pop proposto por Soares, onde a cultura pop é atribuída aos produtos, experiências e práticas que se baseiam pela lógica midiática, com raiz no entretenimento, e que proporciona um senso de comunidade e compartilhamento de afinidades, numa conjuntura global.

A cultura pop pode ser discutida academicamente por diversos vieses que divergem entre si. Adorno (2002) traz o conceito da cultura pop associada ao que chamou de cultura de massas; ele apresenta uma visão negativa e crítica dessa cultura massificada, caracterizando-a como sem singularidade alguma, onde rádios e televisões desenvolvem produtos “estandardizados” para a população. Em contrapartida, diversos autores trazem a cultura pop como resultado positivo de um processo, como a Escola de Estudos Culturais. Os pensadores abordam, portanto, que ela pode ser vista como forma de resistência e identidade de um pulso cultural adaptativo, como apresentado por Braga e Reblin (2020). Complementando esse pensamento, Soares (2015) afirma:

[...] A questão não é obliterar as experiências em que, de fato, a ingerência de disposições mercantis agem de forma a reestruturar propostas estéticas. Mas, reconhecer brechas na lógica de produção das indústrias da cultura e na cibercultura que permitam o questionamento de ordem estética e cultural destes produtos. (Soares, 2015, p.24)

## 2.2 K-POP, O POP SUL-COREANO

O K-pop, abreviação de *korean pop music*, é o termo denominado para caracterizar o conjunto de músicas *pop* advindas da Coreia do Sul. O gênero atualmente é um dos maiores impulsionadores da *Hallyu*, sendo responsável por grande parte da popularização do país em panorama global.

Podemos entender o K-pop para além do gênero musical; enxergá-lo como um complexo produto da indústria cultural e do entretenimento. Fuhr (2016) afirma que ele é um produto fruto do hibridismo de várias partes do mundo. Uma grande fusão de música, visuais, letras, dança, um produto pós-moderno que celebra a diferença por meio da mídia digital, sendo a globalização o conceito central que o caracteriza.

[...] O K-pop não pode ser percebido apenas como um gênero ou estilo musical – definido pelos seus parâmetros textuais internos – nem como uma subcultura – definida por uma identidade de grupo preestabelecida e coerente. Seu aspecto mais definidor está em sua relação com o nacional. Mais precisamente, está na relação dialética entre o imaginário global e as várias manifestações de identidade nacional que se tornam coesas ou se atravessam. Portanto, entendo o K-pop como a arena cultural na qual a tensão entre esses dois polos é expressa musicalmente, visualmente e discursivamente. (Fuhr, 2016, p.33)

Por fim, entendemos o K-pop neste projeto como uma grande teia, um termo que abrange esse complexo produto cultural, englobando tanto o gênero musical quanto suas diversas ramificações.

A complexa teia do K-pop se baseia também em diversos mecanismos que formam a experiência de ser uma fã.

As canções vêm acompanhadas de uma série de elementos: histórias incorporadas e reproduzidas pelos artistas em seus lançamentos, conhecidas como *lore*; videoclipes com produções arrojadas; performances com coreografias bem estruturadas e sincronizadas. Para além da música, há também a relação “direta” entre *idols*<sup>2</sup> e *fandom*<sup>3</sup>, mediada por interações virtuais de mensagens em aplicativos como *Weverse* e *Bubble*; interações com os *idols* em *fansigns*<sup>4</sup> e venda de *merchandising*<sup>5</sup> para fãs, como álbuns e *lightsticks*<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Artista, seja membro de um grupo ou solista, que atua no K-pop.

<sup>3</sup> Comunidade composta por fãs de determinado produto cultural; compartilham interesses, paixões e experiências que envolvem o objeto de afeto.

<sup>4</sup> Eventos de de lançamentos, onde fãs podem interagir com seus ídolos e receber autógrafos.

<sup>5</sup> Produtos vendidos que se relacionam ao artista.

<sup>6</sup> Bastão de luz utilizado pelos fãs, enquanto plateia em shows, programas de TV e outras apresentações para demonstrar apoio aos ídolos.

# 3. METODOLOGIA

O trabalho conta com uma pesquisa preliminar, de natureza exploratória, que investiga a sociedade coreana contemporânea em seu contexto histórico-cultural e sociológico. Esse momento foi desenvolvido durante a disciplina Seminário 4: Sociologia da Cultura Pop Sul-Coreana, no ano de 2023, e complementada com documentos científicos em repositórios *on-line*, nos anos de 2024 e 2025.

Além disso, foi realizada uma pesquisa em formato de formulário, com o objetivo de coletar informações sobre o público ouvinte de K-pop no Brasil e seus hábitos de consumo, auxiliando no processo de desenvolvimento projetual do *briefing* para o catálogo.



The image shows a screenshot of a survey form. At the top, there is a decorative header with a gradient from green to purple. Below this, the title of the survey is displayed in a bold, dark font: "Estudo do consumo da cultura pop sul-coreana (K-POP)". The main body of the form contains a friendly introduction from the researcher, Maria Luiza Souza, a Design student at UFPE, explaining the purpose of the survey for her course project. It includes a reassurance that the survey will only take 5 minutes and a thank you for the respondent's collaboration.

Formulário de consumo da cultura pop sul-coreana (K-pop)

Fonte: Autora

O formulário consistiu em 8 perguntas, destinadas a coletar informações sobre o público-alvo, como faixa etária, gênero e escolaridade, além de explorar seus hábitos de consumo no K-pop e seu nível de compreensão sobre o contexto cultural relacionado ao tema. Foram realizadas 8 perguntas e coletadas 72 respostas, conforme está apresentado no apêndice A.

Para a idealização projetual foram utilizadas as Diretrizes para Projeto Editorial de Catálogos, do professor do curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Hans Waechter (2019). As diretrizes de Waechter permitem traçar uma fase analítica de pré-produção e uma fase projetual detalhada.

### **3.1 FASE I: ANALÍTICA | CONCEITUAL | COLETA DE DADOS**

- 1. Recebimento e elaboração do conteúdo:** Definição do número de artefatos catalogados; Definição da parte textual ou Revisão dos originais; Definição dos tipos de representação;
- 2. Aplicação do briefing do projeto editorial:** Tipo de Catalogação; Público; Faixa etária; Hábitos;
- 3. Análise de similares:** Observação de similares e análises do texto, imagem e tipo de catalogação;
- 4. Definição dos requisitos editoriais e orçamento preliminar:** Formato (aberto e fechado); Papéis; Encadernação; Número de páginas; Impressão; Cor; Acabamentos;
- 5. Observação e análise dos artefatos:** Identificação de elementos representacionais; ornamentos; elementos esquemáticos;
- 6. Definição conceitual da proposta editorial:** Relações entre semântica e conteúdo; Sintaxe e Forma.

## **3.2 FASE II: CRIATIVA | EXECUTIVA**

- 1. Definições de Editoração | Grid | Fontes:** Elaboração do arquivo digital; Importação do arquivo de texto para o software de editoração; Grid, margens, paleta tipográfica;
- 2. Definição da parte introdutória:** Folhas de guarda, falsa, rosto; Ficha catalográfica e técnica; Sumário; Introdução; Epígrafe; Dedicatória; Agradecimentos; Listas; Definição dos requisitos editoriais e orçamento preliminar;
- 3. Definição da parte catalogada:** Número de artefatos por página; Escala; Páginas capitulares, sub-capitulares e finais;
- 4. Definição da parte final:** Índice remissivo; Glossário; Colofão; Créditos;
- 5. Inserção e/ou criação de ilustrações:** Fotografias, gráficos, tabelas, etc; Resolução e tratamento das fotografias;
- 6. Definição da parte externa:** Capa; Orelhas; Jaqueta; Marcador; Caixa; Embalagem;
- 7. Definição de acabamentos:** Corte; Laminação; Acabamentos; Costuras; Vazados; Transparências;
- 8. Elaboração do protótipo;**
- 9. Revisão final dos arquivos | Acompanhamento da produção gráfica;**
- 10. Elaboração de mockups.**

# 4. DESENVOLVIMENTO

## 4.1 FASE I

### 4.1.1 RECEBIMENTO E ELABORAÇÃO DO CONTEÚDO

A partir da definição do objetivo de criação do catálogo editorial dos álbuns cânon do K-pop, foi definido o critério de seleção desses objetos: conveniência. A maior afinidade e relacionamento pessoal com os produtos e, principalmente, com o conteúdo musical de seus respectivos artistas justifica o critério de seleção escolhido. A princípio, foram encontrados 40 álbuns que se encaixavam com as diretrizes. Por meio de um processo de separação desses objetos, destacando os que mais se diferenciavam no campo do design (projeto visual, gráfico e subprodutos) foram selecionados 20 álbuns do K-pop. Esses são destacados por mim como projetos que extrapolam o comum das prateleiras, representando uma gama carregada de autenticidade e criatividade.

Para organização, o catálogo foi dividido em capítulos, onde cada um apresenta um artista diferente, e estes organizados em ordem alfabética. Internamente em cada capítulo, os álbuns também contam com o mesmo sistema de organização alfabético. Na apresentação “O que é K-design?”, foi incluído uma breve descrição sobre a conexão entre design sul-coreano e o K-pop, ressaltando a sua significância. Além disso, também foi incluído a seção “Por que um Cânon?” explicando o termo e como ele abrange os designs dos álbuns do K-pop no setor da criatividade do país. Na parte pós-textual encontra-se o colofão com informações tipográficas.

As imagens utilizadas no catálogo foram retiradas de divulgações oficiais dos produtos feitas nas redes sociais oficiais dos artistas e de sites e redes sociais dos estúdios e equipes criativas envolvidas na concepção dos produtos, priorizando aquelas com melhor qualidade de resolução e que melhor capturam o projeto gráfico do álbum e seus detalhes.

## 4.1.2 APLICAÇÃO DO BRIEFING DO PROJETO EDITORIAL

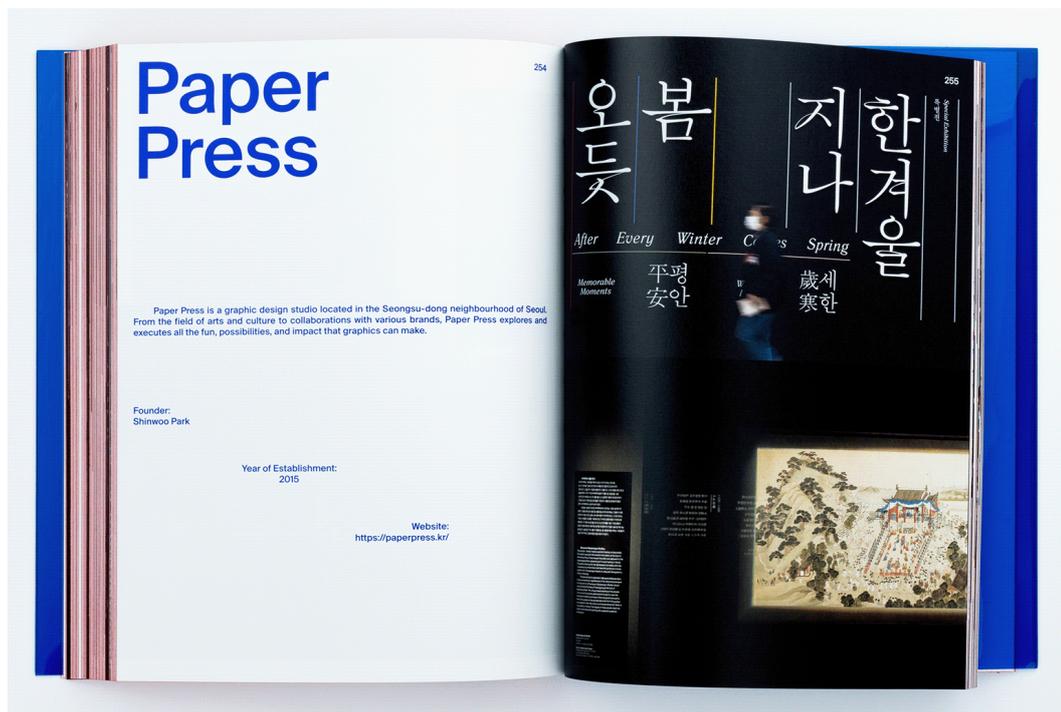
Após o recebimento e elaboração do conteúdo, iniciou-se o preenchimento do *briefing* para a construção do catálogo, etapa essencial para a definição do público-alvo e das especificações do projeto. A pesquisa, realizada por meio de um formulário, obteve 72 respostas e forneceu informações cruciais sobre o público-alvo, como faixa etária, gênero, grau de escolaridade, e o nível de conhecimento sobre o K-pop e seus produtos. Todas as respostas se encontram no Apêndice A.

Com base nas respostas coletadas, foi definida as informações principais do público consumidor: Pessoas, maioria do gênero feminino, entre os 18 a 27 anos, que possuem algum conhecimento acerca da disseminação da cultura coreana em panorama global.

## 4.1.3 ANÁLISE DE SIMILARES

### *Made in Korea: Awe-inspiring Graphics from Korea Today* *Victionary* (2024)

O livro apresenta projetos de design de estúdios criativos emergentes de vários segmentos, oferecendo uma nova ótica sobre o design sul-coreano moderno. Nele pode-se encontrar diversas formas de diagramação textual e disposição de elementos visuais, trazendo grande dinamicidade para a leitura e proporcionando uma ruptura no padrão engessado dos catálogos tradicionais, servindo assim como principal fonte de inspiração para este projeto.



Páginas 254 e 255 do livro *Made in Korea: Awe-inspiring Graphics from Korea Today - Victionary* (2024)

Fonte: reprodução no site: <https://www.behance.net/gallery/206471115/Made-in-Korea>



Páginas do livro *Made in Korea: Awe-inspiring Graphics from Korea Today* - Victionary (2024)  
Fonte: reprodução no site: <https://www.behance.net/gallery/206471115/Made-in-Korea>

### ***Asia-Pacific Design No. 20 (2024)***

O livro anual do APD – Asia-Pacific Design – reúne e apresenta 439 trabalhos de 269 entidades de design em 13 países e 72 cidades da região Ásia-Pacífico, que se destacaram no ano de 2024. A temática anual escolhida “Felicidade no Design Gráfico” espera que os designers possam compartilhar alegria e felicidade por meio de suas obras.

O projeto serviu de inspiração, especialmente no que diz respeito à parte extra-textual. A capa, com uma única cor e relevo, que traz uma estética minimalista, foi uma referência importante para este trabalho. Além disso, o livro do APD apresenta um formato de acondicionamento em estojo, o que abriu possibilidades de desdobramento para este projeto, pois se conecta com a temática dos álbuns de K-pop, característica presente em alguns deles.



Acondicionamento e capa do livro *Asia-Pacific Design No.20 (2024)*

Fonte: reprodução no site: <https://www.behance.net/gallery/213805213/Asia-Pacific-Design-No-20>



Detalhes acondicionamento e capa do livro *Asia-Pacific Design No.20 (2024)*  
Fonte: reprodução no site: <https://www.behance.net/gallery/213805213/Asia-Pacific-Design-No-20>

## 4.1.4 DEFINIÇÃO DOS REQUISITOS EDITORIAIS E ORÇAMENTO PRELIMINAR

O catálogo foi inicialmente projetado para o formato impresso, e, após a conclusão dessa etapa, foi desenvolvido também na versão digital.

Para a versão impressa, foi definido o formato brochura 18.5x25cm, capa em cartão triplex 300g com laminação fosca, costurado manualmente. O miolo em impressão digital no papel couchê fosco 150g/m<sup>2</sup>, possuindo no total 76 páginas. Para impressão, foi utilizado o esquema de cores CMYK.

Para a versão digital, foi definido o formato A4, com configurações de exportação no formato PDF e resolução máxima de 300ppi. O esquema de cores utilizado RGB foi utilizado por ser o mais adequado para as telas. Para apresentação e melhor compartilhamento do catálogo, foi escolhido o formato de *Flipbook*, Apêndice B. Este foi selecionado pela possibilidade de interação com o projeto. Para isso, foi utilizada a plataforma de hospedagem FlipHTML5.

Para o catálogo impresso foram orçados primeiramente dois modelos, os quais apresentavam diferenças de complexidade em relação ao resultado final. Esses modelos foram descartados devido ao alto custo de produção. Já para a versão digital não houveram custos.

## **4.1.5 OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DOS ARTEFATOS**

Nessa etapa, foi realizada uma análise de cada álbum para melhor elaboração das páginas diagramadas.

### **Aespa - Armageddon**

"Armageddon" apresenta seis versões únicas, que se diferenciam entre si em formato e constituição visual. Apresentam elementos modernos e futuristas, com variações de cores e conceitos.

### **Agust D - D-DAY**

"D-DAY" é um álbum intimista, cuja atmosfera é refletida em seu projeto gráfico. Com uma estética minimalista e discreta, utiliza texturas que conferem a profundidade necessária. Além disso, incorpora elementos gráficos que dialogam diretamente com a temática, explorando diversas experimentações em sua composição.

### **BOYNEXTDOOR - WHO!**

"WHO!" traz a atmosfera divertida e jovem presente nas canções em sua composição gráfica. Cores primárias vibrantes e elementos gráficos divertidos como estrelas constituem o projeto.

### **BOYNEXTDOOR - HOW?**

"HOW?" conta com quatro versões que, embora variem em formato, mantêm uma coesão visual entre si. Todas elas utilizam cores vibrantes e chamativas, refletindo a temática jovial através dos elementos gráficos.

### **BSS - TELEPARTY**

"TELEPARTY" apresenta três versões com formatos distintos, mas que compartilham uma mesma identidade visual, caracterizada por cores vibrantes e elementos gráficos experimentais e divertidos que conversam com as canções do álbum.

## **BTS - PROOF**

"PROOF" é um álbum antológico que consolida o sucesso do grupo ao longo de seus 9 anos de trajetória. O projeto gráfico apresenta um visual minimalista e refinado, refletindo a solidez do momento vivido pelo grupo. Com três versões que se complementam visualmente, o álbum mantém elementos gráficos em comum, criando uma unidade estética.

## **J-Hope - HOPE ON THE STREET VOL.1**

"HOPE ON THE STREET VOL.1" reflete, em sua estética, a temática despojada do álbum, com cores vibrantes e tipografia livre, variando em família tipográfica e pesos. A obra se caracteriza por uma composição fluida e dinâmica.

## **Jimin - FACE**

"FACE" é um álbum que aborda questões internas de maneira pessoal e delicada. O projeto gráfico dialoga diretamente com essa temática, apresentando um visual minimalista, mas profundo, através do uso de texturas e relevos em sua composição.

## **LE SSERAFIM - UNFORGIVEN**

"UNFORGIVEN" traduz a essência das canções e da história que elas narram por meio de sua composição visual. O projeto incorpora elementos simbólicos do fogo e utiliza experimentos com fogo real em seu design, criando resultados visuais autênticos, como as texturas presentes no álbum.

## **NCT WISH - WISH**

"WISH" apresenta duas versões distintas em formato, mas que juntas constroem uma identidade visual única. O projeto busca transmitir a sensação de sonho e uma atmosfera quase mágica, através da composição de elementos gráficos em forma de estrelas e cores suaves.

### **NCT WISH - Songbird**

"Songbird" apresenta três versões, todas com um projeto gráfico coeso que estabelece uma conexão entre elas. O design reflete a temática do álbum, com um formato inspirado em carta e elementos que remetem a um mensageiro trazendo boas notícias.

### **NCT WISH - Steady**

"Steady" reflete a diversidade temática das canções em suas três versões, tanto no formato quanto na constituição visual. Cada versão apresenta uma estética única, resultando em um conjunto de produtos distintos e variados.

### **RM - Indigo**

"Indigo" é um álbum que explora questões pessoais do artista, e seu projeto gráfico busca refletir a intimidade e a sinceridade crua presentes nas faixas. A utilização da cianotipia reforça a intenção do artista de expressar suas emoções de forma autêntica, sem adornos.

### **RM - Right Place, Wrong Person**

"Right Place, Wrong Person" traduz a essência de se sentir um estranho por meio de sua composição visual. Ilustrações expressivas e livres criam uma atmosfera de confusão, refletindo a temática do álbum.

### **SEVENTEEN - 17 IS RIGHT HERE**

"17 IS RIGHT HERE" é um álbum que reúne as principais canções da carreira do grupo. Seu projeto gráfico apresenta a forma de um prédio, simbolizando a solidez dessa trajetória. As janelas do edifício fazem alusão às músicas e às distintas fases da banda. Além disso, o prédio evoca a ideia de um lar, unindo o grupo e seus fãs em um único espaço.

## **SEVENTEEN - SEVENTEENTH HEAVEN**

"SEVENTEENTH HEAVEN" cria uma atmosfera alegre, celebrando a trajetória do grupo até o momento. O visual está intimamente ligado à temática, com o uso de cores vibrantes e chamativas, complementadas por elementos gráficos divertidos.

## **SEVENTEEN - SPILL THE FEELS**

"SPILL THE FEELS" reflete, em sua estética, a temática dos contrastes por meio de suas cores e elementos gráficos. As quatro versões do álbum estabelecem uma identidade visual única e coesa.

## **TOMORROW X TOGETHER - The Dream Chapter: MAGIC**

"The Dream Chapter: MAGIC" apresenta um projeto gráfico mais simples, mas que reflete bem a temática do álbum. Ele conta com uma única versão, disponível em duas variações de cores. Embora ambas compartilhem a mesma paleta, elas se diferem na disposição das cores. Além disso, o produto possui um efeito que faz com que brilhe no escuro, reforçando a atmosfera mágica do conceito.

## **TOMORROW X TOGETHER - The Name Chapter: TEMPTATION**

"The Name Chapter: TEMPTATION" transmite a atmosfera de fantasia e do mundo dos sonhos por meio de sua paleta de cores e das composições ilustradas, que evocam o inconsciente.

## **V - LAYO(V)ER**

"LAYO(V)ER" apresenta duas versões que dialogam entre si e que refletem a atmosfera pessoal do álbum. Seu projeto gráfico adota o formato de uma correspondência e inclui elementos como cartas, cartões postais e fotos do artista e de seu animal de estimação, revelando a intenção de interpersoalidade entre o artista e o fã.

## **4.1.6 DEFINIÇÃO CONCEITUAL DA PROPOSTA EDITORIAL**

O catálogo foi desenvolvido com o objetivo de destacar os materiais selecionados e apresentá-los ao público de forma visual e detalhada, por meio de imagens e textos curtos que sintetizam o projeto. Para valorizar os objetos e os elementos gráficos, optou-se pelo fundo preto nas páginas, o que ajuda a dar maior projeção a esses elementos. Nas páginas de abertura dos capítulos, foram escolhidas cores que dialogam com as fotos dos artistas, criando uma composição harmônica e visualmente coerente.

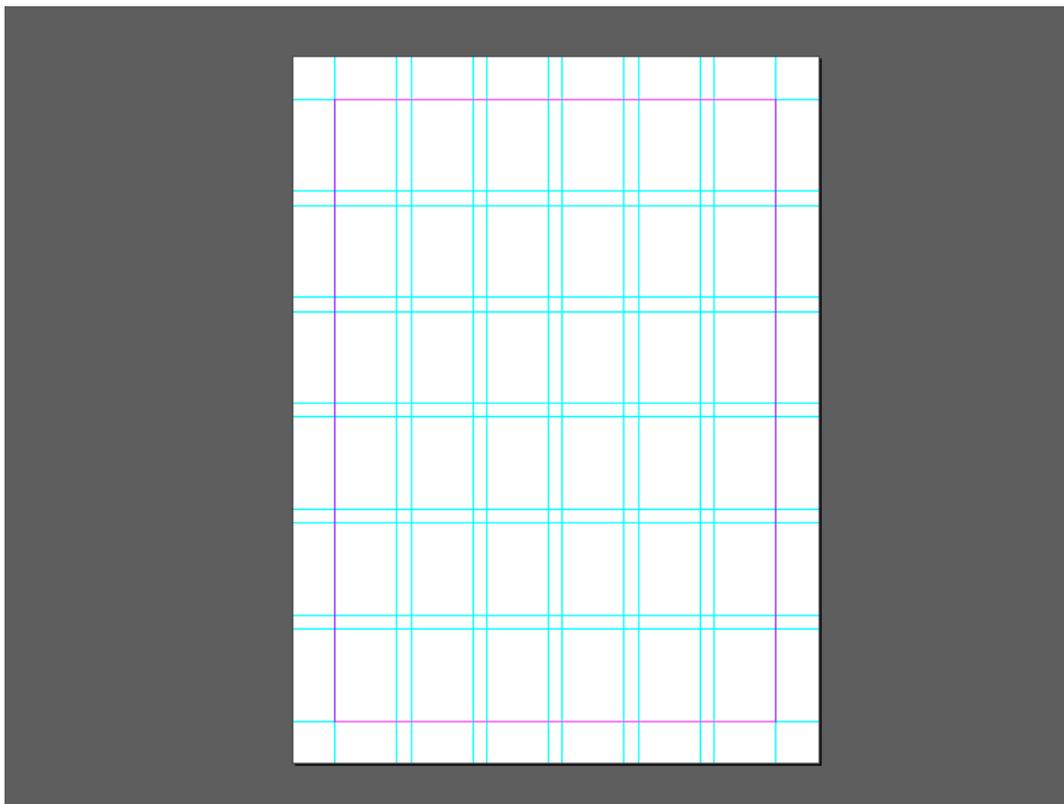
O formato foi escolhido com base na formatação tradicional dos livros de fotos, um dos elementos mais comuns nos álbuns de K-pop.

## 4.2 FASE II

### 4.2.1 DEFINIÇÕES DE EDITORAÇÃO | GRID | FONTES

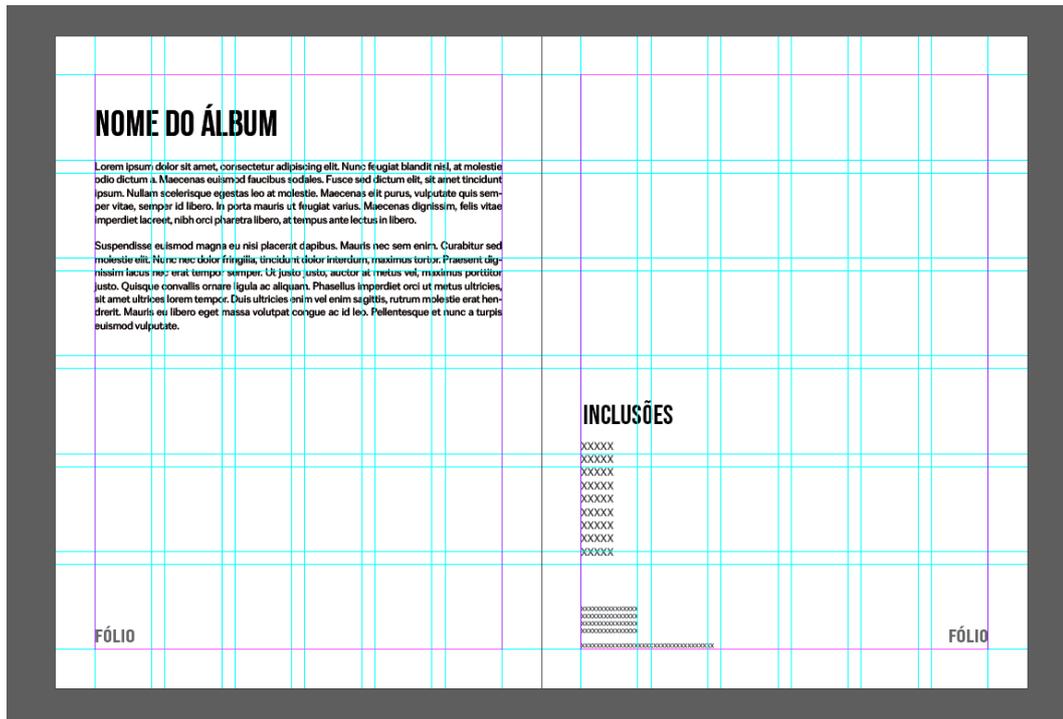
Para elaboração do arquivo foi utilizado o *Software* InDesign, programa específico para diagramação de textos da Adobe. Optou-se pela utilização de um grid mais livre de 6 linhas e 6 colunas, no valor de 5 mm, representadas pela cor ciano. Já para as margens foi definido o valor de 15mm em cada uma delas, representadas pela cor magenta.

Para a disposição dos elementos no grid foi definido o local fixo do título, texto introdutório, fólio e inclusões. Essa constituição auxilia na criação de um *layout* base que permite grande liberdade de customização dos outros elementos.



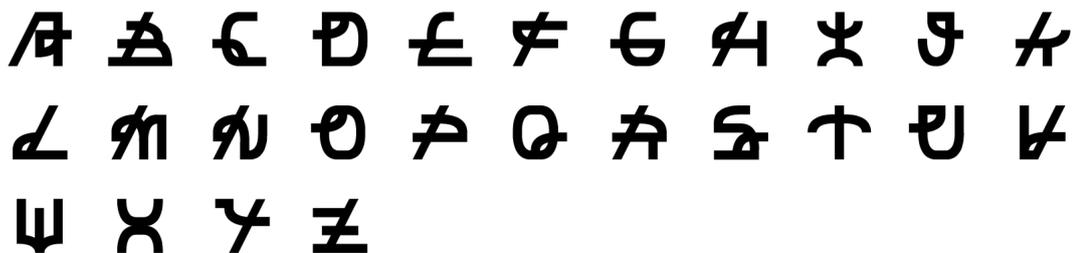
Grid para diagramação, construído no *Software* Adobe InDesign

Fonte: Autora



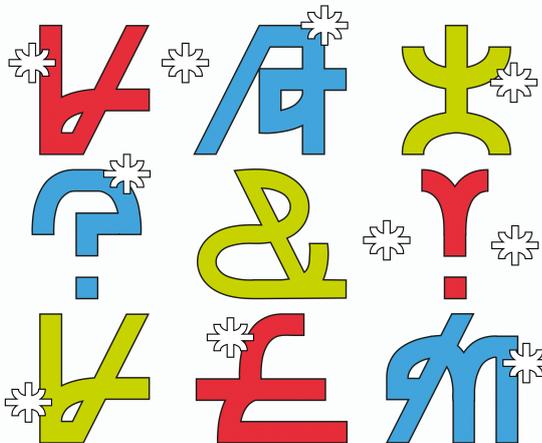
Disposição de elementos fixos no grid, construído no *Software* Adobe InDesign  
 Fonte: Autora

A fonte modular *Vai & Vem*, criada pela designer e aluna do Bacharelado em Design da Universidade Federal de Pernambuco, Yasmin Oliveira, desenvolvida na disciplina de Design de Tipos, foi escolhida para a abertura dos capítulos por sua singularidade e expressividade, adicionando um charme especial ao projeto. *Vai & Vem* foi utilizada na sua forma de caixa alta por me trazer uma semelhança com o *hangul*, o alfabeto coreano, devido às suas linhas retas.



Caracteres em caixa alta da fonte modular *Vai & Vem*  
 Fonte: Yasmin Oliveira

Vai & Vem. Uma fonte modular produzida por yasmin oliveira



À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö × ø ù ú û ü ý þ ß

À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö × ø ù ú û ü ý þ ß

Specimen da fonte modular Vai & Vem

Fonte: Yasmin Oliveira



Caracteres do Hangul, o alfabeto coreano

Fonte: Freepik

Os subtítulos das páginas de conteúdo foram definidos com a tipografia Bebas Neue. Devido à limitação das variações de estilo na versão gratuita da fonte, optou-se por complementar com a Bebas Neue Pro, que disponibiliza as variações necessárias. Ambas foram escolhidas por seu design moderno, sem serifa e condensado, que, com suas formas verticais definidas, contribuem para a construção do layout e, especialmente, para a legibilidade do texto.

# **BEBAS NEUE**

# **BEBAS NEUE PRO**

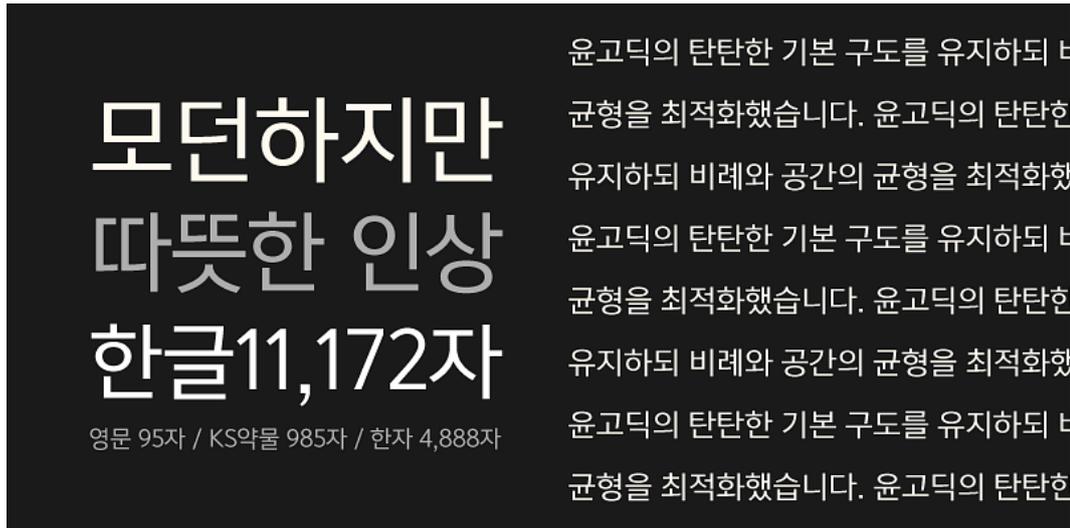
Tipografias Bebas Neue e Bebas Neue Pro, do designer de tipos Ryoichi Tsunekawa  
Fonte: Autora

Já para os textos de apoio e descrições foi utilizada a família tipográfica CoFo Gothic Variable, devido a sua grande quantidade de variações e também por seu visual legível, limpo e com serifa. Para o trabalho, foram utilizadas as variações regular e medium.

## **CoFo Gothic**

Tipografia CoFo Gothic Variable, da designer de tipos Maria Doreuli  
Fonte: reprodução no site: <https://contrastfoundry.com/typeface/cofo-gothic>

Para os textos em coreano, presentes nos créditos, foi utilizada a tipografia Yoon Gothic 750. Ela possui grande variação na tipografia e apresenta os caracteres retos e definidos, dialogando com as outras tipografias escolhidas para subtítulos e textos corridos.



Utilização da tipografia Yoon Gothic 750, da empresa de tipografia Yoon Design  
Fonte: reprodução do site: <https://fonts.adobe.com/fonts/yoon-gothic-750>

## 4.2.2 DEFINIÇÕES DA PARTE INTRODUTÓRIA

Para a parte pré-textual do catálogo foram utilizados os seguintes elementos:

### **Folha de rosto:**

Mesmo layout da capa do catálogo. Contém o título da obra, o subtítulo e nome da autora;

### **Ficha catalográfica:**

Apresenta informações técnicas como título, autor, local e ano de publicação, instituição, orientador e palavras-chave;

### **Sumário:**

Lista dos capítulos e numeração da página;

### **Introdução:**

Texto introdutório que apresenta a temática, o contexto, o projeto e seu objetivo ao leitor.



CÂNON DOS ÁLBUNS K-POP \* MARIA LUIZA SOUZA

Maria Luíza da Silveira Souza  
K Design: Cânon dos álbuns K-pop, 2025, 76p.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal de Pernambuco,  
Centro de Artes e Comunicação, Departamento de Design, Recife, 2025.  
Palavras-chave: K-pop, Design, Álbum, Catálogo.  
Orientadora: Solange Galvão Coutinho.

Universidade Federal de Pernambuco

Folha de rosto e ficha catalográfica

Fonte: Autora

## SUMÁRIO

006

O QUE É K-DESIGN ?

024

BSS

044

NCT WISH

007

POR QUE UM CÂNON ?

028

BTS

052

RM

008

AESPA

032

J-HOPE

058

SEVENTEEN

014

AGUST D

036

JIMIN

066

TOMORROW  
X TOGETHER

018

BOYNEXTDOOR

040

LE SSERAFIM

072

V

## O QUE É K-DESIGN ?

K-DESIGN é o termo criado popularmente para denominar a prática do design associado à cultura coreana. Nos últimos anos, o design gráfico sul-coreano tem ganhado destaque pela sua estética moderna e pelo uso inovador de cores e tipografia.

O K-pop é um dos setores da indústria cultural sul-coreana em que o design e a comunicação se faz essencial. Ele é reconhecido em panorama global principalmente por seus produtos voltados para fãs, como *lightsticks*<sup>1</sup> e álbuns musicais.

Os álbuns são um dos produtos mais desejados pelos fãs de K-pop. Além de conter o CD com as músicas, o álbum é composto por diversos elementos adicionais, chamados de inclusões. Essas inclusões variam de acordo com a temática do lançamento e podem vir a ser *photocards*<sup>2</sup>, cartões postais, cartas, fotos instantâneas, pôsteres, adesivos, entre outros inúmeros itens.

<sup>1</sup>Baseball batons utilizado pelas fãs durante os shows de K-pop, são como item colecionável.  
<sup>2</sup>Pequenos cartões colecionáveis com uma foto do artista.

006

## POR QUE UM CÂNON ?

Segundo o Dicionário Brasileiro Michaelis da Língua Portuguesa, o termo "cânone" pode ser compreendido como modelo, padrão ou paradigma. No contexto deste projeto, a palavra *cânion* faz referência a esse conceito, sendo entendida como um modelo, uma referência ou algo a ser inspirado.

Neste catálogo, iremos apresentar álbuns do K-pop, e seus projetos gráficos, que são considerados cânons pela autora; projetos de design que servem de referência e inspiração, que transcendem criatividade e autenticidade.

Este catálogo reúne 20 projetos de design de álbuns do K-pop, distribuídos em 14 capítulos, sendo cada um dedicado a um artista específico. O objetivo do projeto não é apenas documentar e detalhar essas criações, mas também apresentar aos leitores novas referências de design não-ocidentais.

007

Sumário e páginas de introdução

Fonte: Autora

### 4.2.3 DEFINIÇÕES DA PARTE CATALOGADA

A parte catalogada e intratextual foi estruturada com os elementos:

**Página capitular dupla:**

As páginas capitulares duplas servem para dividir os projetos por artistas.

As páginas à esquerda possuem o nome do artista, com a tipografia Vai & Vem no tamanho do corpo 90, cor de preenchimento #FFFFFF e outline de espessura 3 na cor #020203, sendo estes dispostos de formas diferentes em cada capítulo, dialogando com a composição da fotografia do artista, localizado nas página oposta. As cores do fundo da página capitular esquerda também conversam com a composição fotográfica da imagem escolhida.

As páginas da direita apresentam uma imagem do artista preenchida em sua totalidade, ultrapassando os limites das margens antes delimitadas.



Páginas capitulares

Fonte: Autora

## Página de conteúdo dupla:

As chamadas páginas de conteúdo são aquelas que apresentam os álbuns selecionados e possuem fundo preto, com o código de cor #000000.

Na página esquerda, no canto superior, dentro da margem definida, encontra-se o subtítulo com a fonte Bebas Neue, tamanho do corpo 40, entrelinha de 36pts, alinhado à esquerda na cor branca (#FFFFFF). Logo abaixo, há um texto com informações do produto, utilizando a tipografia CoFo Gothic Regular, tamanho do corpo 12, entrelinha de 14,4pts, com o uso de hifenização, alinhado à esquerda, na mesma cor branca do subtítulo. Na parte inferior de ambas as páginas de conteúdo, aparece o fólio, com tamanho do corpo 20, cor #FFFFFF e opacidade de 75%. Nas páginas da esquerda, o fólio é alinhado à esquerda, enquanto nas páginas da direita, ele é alinhado à direita.

Além disso, as páginas da direita exibem a lista de inclusões dos álbuns, com o título em tipografia Bebas Neue, tamanho do corpo 40, na cor branca (#FFFFFF). Os subprodutos listados estão em tipografia CoFo Gothic Regular, tamanho do corpo 12, na cor branca, com alinhamento justificado à esquerda. A disposição deste elemento pode variar em cada capítulo, conforme a organização das imagens fotográficas.

Por fim, abaixo da listagem de inclusões, estão os créditos do projeto de design, em tipografia CoFo Gothic Regular, tamanho do corpo 12, cor branca, justificados à esquerda. Os créditos podem incluir nomes em coreano, escritos no *hangul*, utilizando a tipografia Yoon Gothic 750, tamanho do corpo 12, também na cor branca e justificado à esquerda.

As imagens são dispostas de forma que variam a cada capítulo para proporcionar maior liberdade criativa na composição do *layout* geral.



## 4.2.4 DEFINIÇÃO DA PARTE FINAL

Para parte final e pós-textual do catálogo, foi elaborado o colofão, indicando as tipografias usadas e o local onde o material foi impresso e encadernado.

Este catálogo foi produzido com as tipografias Bebas Neue, Bebas Neue Pro, CoFo Gothic, YoonA Gothic 700 e Vai & Vem, desenvolvida por Yasmin Oliveira, aluna do Bacharelado em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como parte da disciplina de Design de Tipos, sob a orientação da Professora Solange Coutinho, no ano de 2025. Impresso por Gráfica e Copiadora Nacional, tiragem única, 2025.

Colofão  
Fonte: Autora

## **4.2.5 INSERÇÃO E/OU CRIAÇÃO DE ILUSTRAÇÕES**

Para a composição dos álbuns, foram utilizadas fotografias obtidas na internet, provenientes de fontes como sites oficiais e redes sociais dos artistas, a plataforma de venda de álbuns de K-pop *Weverse Shop*, além de páginas de estúdios criativos que colaboraram no design dos produtos. As imagens selecionadas foram escolhidas por sua alta resolução, garantindo uma visualização de qualidade no catálogo impresso. Algumas delas passaram por tratamento, como a remoção de fundo, para adequá-las ao formato desejado.

As fotografias utilizadas nas páginas capitulares foram escolhidas com base em sua alta resolução, sendo esse o principal critério para a seleção. Essas imagens foram dispostas sem qualquer tratamento adicional.

## 4.2.6 DEFINIÇÃO DA PARTE EXTERNA

A parte externa do catálogo foi feita com capa em cartão triplex 300g. Inicialmente, o projeto previa uma capa dura logo foi descartada devido ao orçamento limitado.

O design da capa foi desenvolvido seguindo um visual minimalista, destacando o título do projeto, utilizando a tipografia Vai & Vem, e o subtítulo e nome da autora em Bebas Neue. A quarta capa também apresenta um design simplista, possuindo apenas caracteres especiais da Vai & Vem. A cor roxa (#58398E) presente na parte externa foi escolhida pessoalmente por ser vibrante e representar, com base na teoria das cores, a criatividade. Para a lombada, optou-se pela não inserção de texto ou elementos gráficos.



Capa e quarta capa

Fonte: Autora

## 4.2.7 DEFINIÇÃO DE ACABAMENTOS

No orçamento preliminar, considerou-se o acabamento da lombada em lombada suíça, para maior elevação do projeto editorial. A aplicação de *hotstamping* prateado no título do catálogo também foi incluso no orçamento preliminar, buscando destacar ainda mais o título do projeto. No entanto, devido à restrição do orçamento, ambas as opções foram descartadas.

Pessoalmente, a definição de acabamento é uma das etapas mais fascinantes de arquitetar um projeto editorial, pelas infinitas possibilidades de aplicações. Dessa forma, um dos possíveis desdobramentos futuros deste trabalho de conclusão é a realização de uma nova tiragem do catálogo com as especificações descartadas acima.



Utilização da lombada suíça em um livro

Fonte: reprodução no site: <https://sprint24.net/online-printing/swiss-binding/>



Exemplo de aplicação do hotstamping

Fonte: reprodução no site: <https://www.printi.com.br/blog/hot-stamp>

Foi definido o acabamento em brochura tradicional, lombada quadrada, com as páginas costuradas à mão para maior firmeza e com a aplicação da laminação fosca na capa.



Livro em brochura e lombada quadrada

Fonte: reprodução no site: <https://www.printi.com.br/brochura/>

## 4.2.8 ELABORAÇÃO DO PROTÓTIPO

O protótipo digital do catálogo foi desenvolvido na plataforma <https://fliphtml5.com>, especializada na criação e hospedagem de projetos editoriais em formato digital. A escolha dessa plataforma se deu pela maior fluidez na leitura do catálogo, especialmente quando comparado à versão em PDF. Além disso, o site simula a interação de virar as páginas de um livro físico, proporcionando uma experiência mais satisfatória para o usuário. Outro ponto positivo é a facilidade de compartilhamento do projeto por meio de um link, tornando o acesso mais prático.



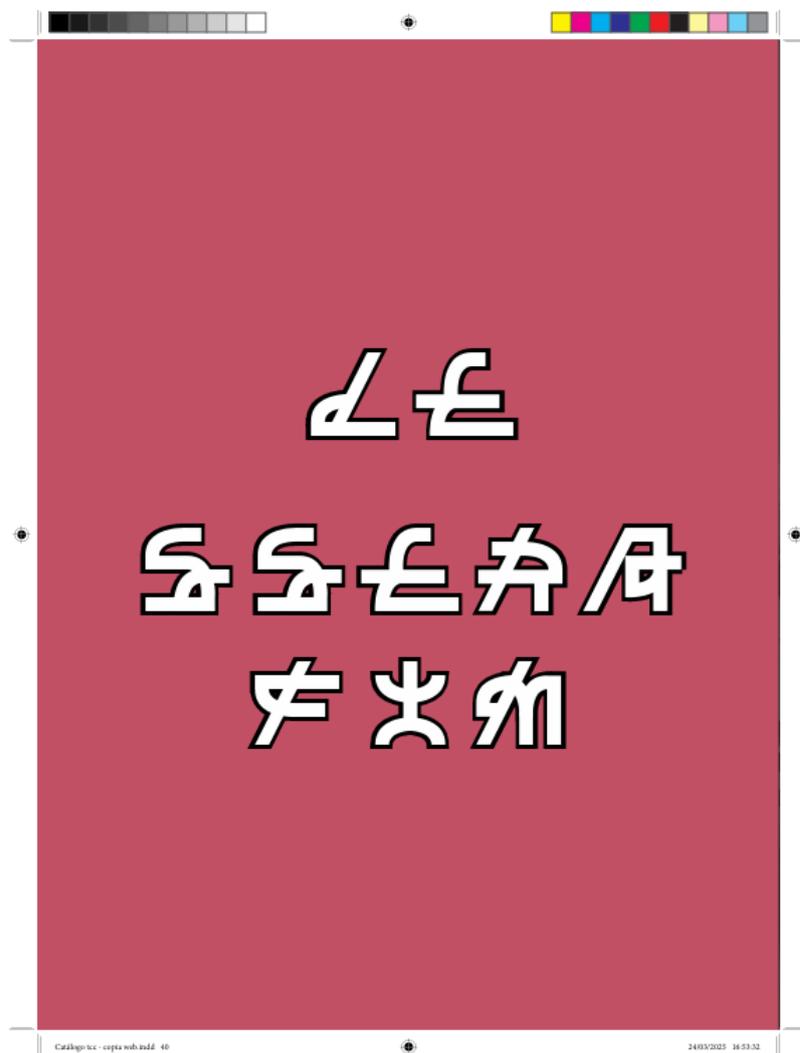
Protótipo no site FlipHTML5

Fonte: Autora

Optou-se pela exportação do arquivo para versão digital em RGB, com qualidade alta e resolução de 144 ppi, garantindo a qualidade na visualização das imagens e rápido carregamento do arquivo na plataforma e no modo apresentação, sem travamentos.

## 4.2.9 REVISÃO FINAL DOS ARQUIVOS | ACOMPANHAMENTO DA PRODUÇÃO GRÁFICA

A versão impressa do catálogo foi exportada em PDF, com a resolução máxima de 300 ppi e utilizando o sistema de cores CMYK, tanto para o miolo quanto para a capa e a quarta capa.



## 4.2.10 ELABORAÇÃO DE MOCKUPS

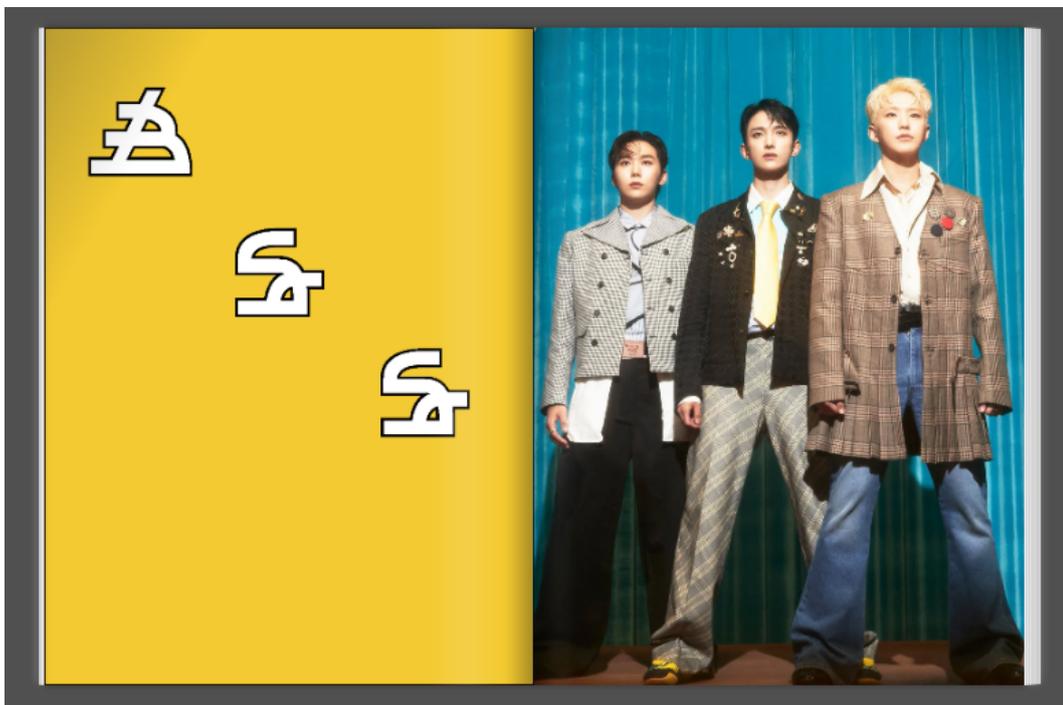
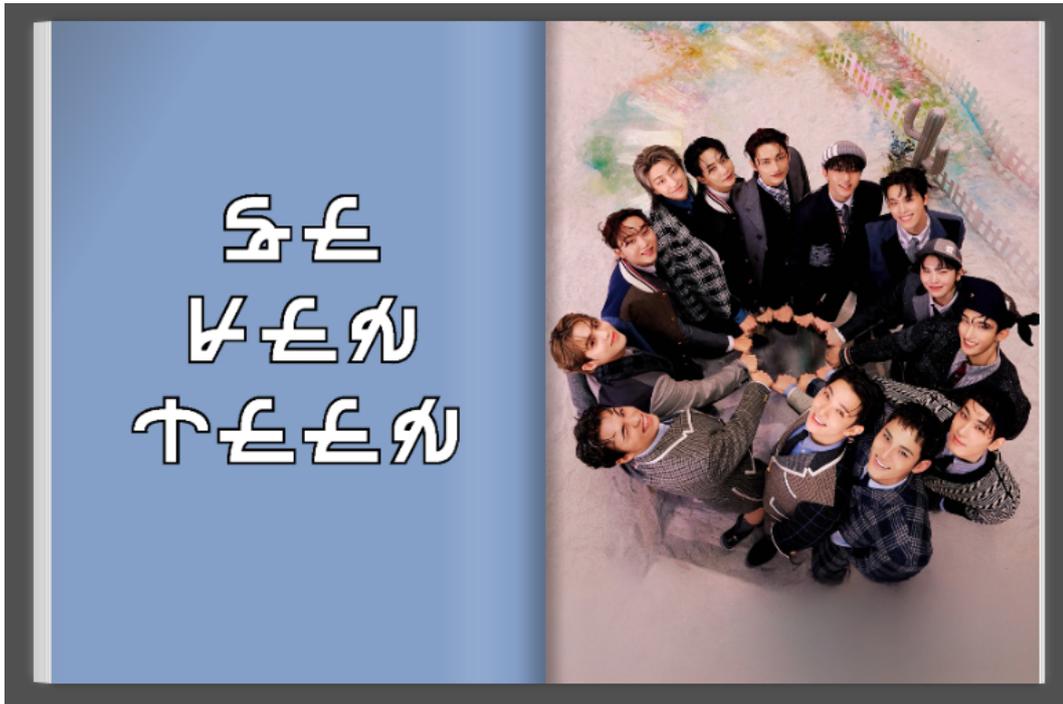
Neste tópico serão apresentadas imagens do protótipo finalizado, com a utilização do *Software* Photoshop e do site [fliphtml5.com](http://fliphtml5.com).





Mockups da versão impressa, realizados no Software Adobe Photoshop

Fonte: Autora



Páginas capitulares, projetadas no site FlipHTML5

Fonte: Autora

## RM INDIGO

INDIGO dá nome ao álbum de estreia da carreira solo do artista RM, membro do grupo BTS, lançado em 2 de dezembro de 2022 pela Big Hit Music. O álbum conta com 10 faixas e é descrito como um trabalho dos alancos, sem a presença de outros artistas. Como esperado, "INDIGO" é um projeto intimista e cheio de detalhes, que expressa seus sentimentos de forma sincera.

"A quantidade com a qual nos transmitimos em 'INDIGO' não é uma imagem clara e nítida, mas sim algo que se espalha como se estivesse molhado, prendendo a forma ou, por vezes, se infiltrando e formatando, criando um rastro em uma forma rude e não demandada. O layout de 'INDIGO' foi expressado como se fosse uma entrada de diário, escrita com tinta borrada e espalhada, ao invés de uma fonte limpa e digitada, refletindo o significado de 'soaked in ink' [...]".

"Além disso, queremos mostrar uma aparência sincera e sem artimanhas através de uma obra de arte utilizando a técnica de cópia. O tom único do azul próprio 'INDIGO' se tornou a principal referência para o design gráfico, antes dos movimentos e padrões das páginas [...]. Além disso, RM expressou que gostaria que o álbum tivesse algo que pudesse ser tocado e fortalecido durante atividades diárias, como dirigir, tomar banho ou andar de bicicleta, e que esse significado fosse transmitido em palavras. Por isso, a capa do álbum foi trabalhada para parecer um guia de uso".

1. Álbum (3 versões)



2. Booklet



054



## INCLUSÕES

Cartão de Texto  
Cartão Postal  
Cartão QR  
CD  
Foto Instantânea  
Guia do Usuário  
Livro  
Livro de Letras  
Photocard  
Postcard



© 2022 Big Hit Music Co., Ltd. All Rights Reserved.

055

## BTS PROOF

PROOF nomeia o primeiro álbum antológico do grupo BTS, lançado em 10 de junho de 2022 pela Big Hit Music. O projeto conta com três discos e comemora os nove anos de carreira do grupo, reunindo as principais faixas da discografia com a adição de três músicas novas.

"Para celebrar este registro antológico, que abrange a história do BTS e sua visão do futuro, projetou-se o 'PROOF' de uma maneira que pudesse tanto herdar quanto expandir o DNA do símbolo original do grupo. A identidade do álbum materializa o momento em que as portas se abrem para o próximo mundo após um tempo de provação".

O álbum possui 3 versões, sendo uma delas para colecionadores. "Esta edição especial encapsula a jornada e identidade do BTS, e foi criada utilizando os conceitos de design gráfico que empregamos no lançamento inicial de 'PROOF'. A edição de colecionador vem em uma capa rígida, projetada para se assemelhar ao formato de uma capa de disco de vinil. Ela serve como um objeto que une o primeiro capítulo da jornada de nove anos do BTS, incluindo uma variedade de embalagens e um livro de conceito com 564 páginas de conteúdo extenso".

1. Capa de Vinil



2. Slides de Vinil



3. Caixa de Slides



030



## INCLUSÕES

A Arte de PROOF  
Cartão 3D (Set)  
Cartão AR (Set)  
Cartão Postal  
CD  
CD Ploteado  
Epílogo  
Foto Premium (Set)  
Fotografia  
Grêmio Biográfico  
Guia do Usuário  
Letras  
Livro  
Livro  
Mini Poster  
Photocards  
Postcard



© 2022 Big Hit Music Co., Ltd. All Rights Reserved.

031

## 5. CONCLUSÃO

Finalizar este projeto me traz uma grande sensação de realização e alegria, especialmente por estar relacionado a algo que tanto gosto e que faz parte do meu dia a dia.

A construção deste projeto complementou meus conhecimentos, na prática, do processo de produção de um catálogo, permitindo-me aprofundar ainda mais no ofício do design editorial. Foi uma oportunidade de compreender e vivenciar as dificuldades de "materializar" um objeto físico, algo com o qual tenho menos experiência, já que, em minha trajetória profissional, lido principalmente com objetos digitais, que não posso tocar.

Por fim, o catálogo do K-Design é um pequeno recorte da vasta produção criativa no campo do design da Coreia do Sul. Enxergo este material como uma maneira de apresentar novas referências, com o potencial de inspirar outras pessoas.

# REFERÊNCIAS

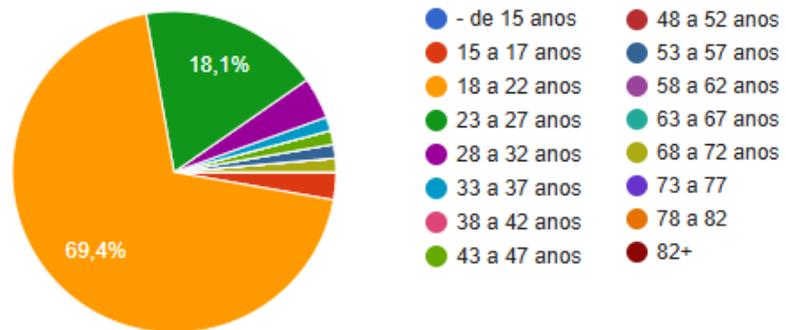
- ADORNO, T. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BRAGA, A. & REBLIN, I. *Estudos da cultura pop e perspectivas de análise*. São Leopoldo, 2020.
- CHOI, J. and M, A. R. *K-Pop: The International Rise of the Korean Music Industry*. London: Routledge, 2015.
- FUHR, M. *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding Out K-Pop*. New York: Routledge, 2016.
- HERMAN, Tamar. *Why K-Pop Fans Still Buy CDs (Even When They Can't Play Them)*. Billboard, 2020. Disponível em <https://www.billboard.com/pro/why-k-pop-fans-still-buy-cds-even-when-they-cant-play-them>. Acesso em: 28 jan. 2025
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) - *Global Music Report 2024*. Disponível em: [https://ifpi-website-cms.s3.eu-west-2.amazonaws.com/GMR\\_2025\\_State\\_of\\_the\\_Industry\\_Final\\_83665b84be.pdf](https://ifpi-website-cms.s3.eu-west-2.amazonaws.com/GMR_2025_State_of_the_Industry_Final_83665b84be.pdf) Acesso em: 28 jan. 2025.
- JANG, G. & PAIK, W. *Korean Wave as Tool for Korea's New Cultural Diplomacy*. Seoul, Korea. 2012.
- NYE, J. S. *Soft Power*. *Foreign Policy*, 80, 153–171. 1990.
- REMÍGIO, M. *Movidos pela experiência: um estudo sobre o consumo de álbuns físicos de K-pop por fãs brasileiros*. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2021.
- ROLL, M. *Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture*. Martin Roll, 2020. Disponível em: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/> Acesso em: 28 jan. 2025.
- SOARES, T. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. *Logos*, v.2, n 24, 2014.
- SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo e FERRARAZ, Rogério (org.). *Cultura Pop*. Salvador: Edufba, p. 19-33, 2015.
- WAECHTER, H. Diretrizes para Projeto Editorial Catálogo I Experimentações Didáticas Metodológicas. s. In: *9º Congresso Internacional de Design da Informação*, 2019.

# APÊNDICE

## APÊNDICE A - Perguntas e Respostas do formulário "Estudo do consumo da cultura pop sul-coreana K-POP"

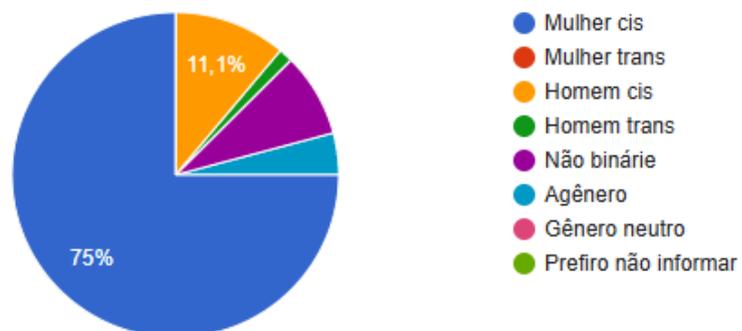
Qual a sua idade?

72 respostas



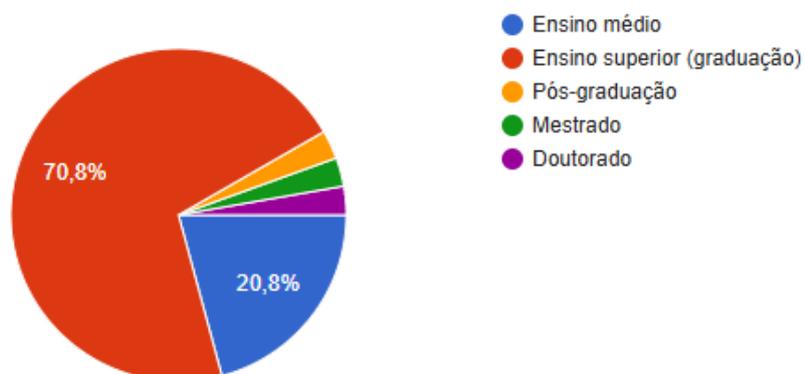
Com qual gênero você se identifica?

72 respostas



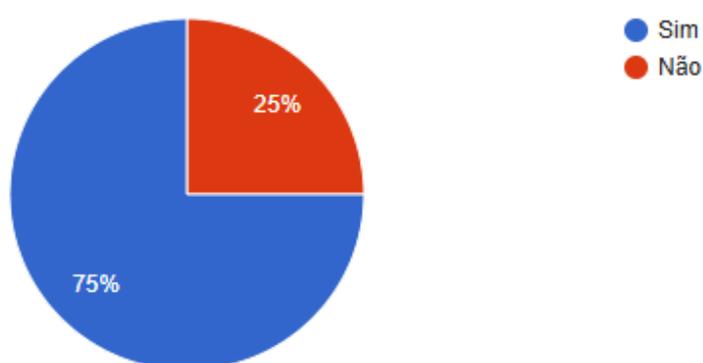
### Qual a sua escolaridade?

72 respostas



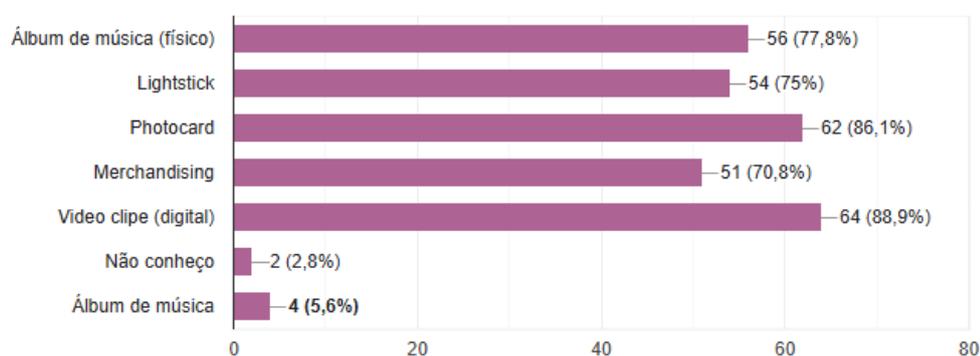
### Você **consome** o gênero de música POP coreana (K-POP)?

72 respostas



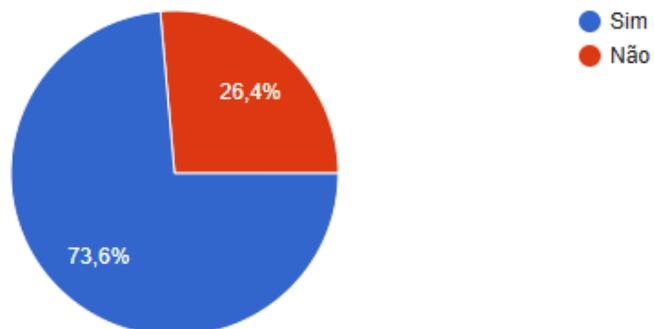
### Você **conhece** algum dos produtos derivados dessa indústria?

72 respostas



Você **consome** algum dos produtos citados acima?

72 respostas



Você tem conhecimento de **como** o gênero *K-POP* se tornou famoso globalmente?

72 respostas



## APÊNDICE B - Apresentação do Flipbook

O *flipbook* está disponível de forma on-line e interativa no QR CODE:

<https://online.fliphtml5.com/vocjk/giea/>



