



Departamento de Design

# **ONDE VOCÊ PODE SE ENCONTRAR COM UM IDOL?**

Coleção de pôsteres baseado e inspirado na cultura dos “idols”  
japoneses

Natália Naomi Nakandakari Reis

Brasília, 2020

## SUMÁRIO

AGRADECIMENTO .....	2
RESUMO .....	3
ABSTRACT .....	4
LISTA DE FIGURAS .....	6
1. Introdução .....	7
1.1. Projeto .....	6
1.2. Motivação .....	7
1.3. Objetivos .....	8
2. Contextualização .....	8
2.1. Design japonês .....	10
2.2. Símbolos notáveis para aplicar ao design de pôsteres.....	10
2.3. Diferença e suas influências do Ocidente e do Oriente.....	17
2.4. Idols (アイドル) .....	18
2.5. Akimoto Yasushi (秋元康) .....	20
2.6. 48 Grupos .....	21
2.7. 46 Grupos ou Sakamichi series .....	23
3. Análise .....	24
3.1 Importância dos idols na cultura japonesa .....	24
3.2 Identidade Visual do AKB48 .....	25
3.3 A Moda dos Idols .....	27
4. Comunidade .....	28
4.1. Comunidade Nipônica .....	28
4.2. Nem tudo é conto de fadas .....	29
5. Pôsteres .....	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFIAS .....	33
ANEXO .....	34



## **Agradecimento**

Esse projeto só aconteceu graças à professora e orientadora Georgia, que entende os sentimentos e compreende os alunos, sabendo suas dificuldades. É claro, graças a minha mãe que sempre me apoio nessa vida, nas minhas escolhas e que cuidou de mim nesse tempo da faculdade e toda a minha vida, e graças a todos os meus amigos que sempre estiveram comigo todos esses

## Resumo

Para este trabalho de conclusão de curso viu-se a possibilidade de expandir os conhecimentos sobre o design japonês através de sua produção gráfica. Para isso, procurou-se um tema contemporâneo que pudesse ser trabalhado de maneira a investigar, na história da cultura japonesa, elementos de linguagem, signos e símbolos que expressassem uma identidade forte e que ainda pudesse ser reconhecida na contemporaneidade. O Japão é um país que nos inspira, principalmente pela sua estética particular e encantadora.

O objeto desta pesquisa é um projeto gráfico de uma coleção de pôsteres baseados na cultura dos jovens “Idols” japoneses, ídolos femininos dos grupos musicais japoneses.

Para isso, pesquisou-se sobre as técnicas do design gráfico japonês e, em particular, os pôsteres, e também sobre o grupo musical AKB48 e seus associados. Procurou-se apresentar os “Idols” segundo uma abordagem crítica, discutindo os aspectos sociais e filosóficos, técnicas e habilidades relacionados ao seu universo. Buscou-se expressar através das técnicas do design, dos elementos gráficos inspirados no Japão, este olhar crítico sobre a construção dos “Idols”. Este projeto tem o intuito acadêmico de expor todas as figuras, fotos e gráficos que foram utilizados, com um propósito didático. Não tem nenhuma ligação direta ou indireta com o DH Company ou com a franquia japonesa AKB48.

**Palavras-chave:** japão, cultura, design, gráficos, música, ídolos.

# ABSTRACT

In this final work under graduation, the possibility of expanding knowledge about Japanese design and its graphic production was seen. Therefore, a contemporary theme was sought that could be worked on in order to investigate the history of Japanese culture, language elements, signs and symbols that express a strong identity that could still be recognized in contemporary times. Japan is a country that inspires us, mainly for its particular and amazing aesthetic.

The object of this research is a graphic project for a collection of posters based on the culture of young Japanese "Idols", female idols of Japanese musical groups. Because of that, research was done on the techniques of Japanese graphic design, especially the posters and on the musical group AKB48 and its associates. We tried to show the "Idols" according to a critical approach, discussing the social and philosophical aspects, techniques, graphic elements inspired by Japan. This critical look at the construction of "Idols." This project is for academic purposes, all the figures, photos and graphics were used for didactic purposes. It has no direct or indirect connection with DH company or Japanese franchise AKB48.

**Keywords:** japan, culture, design, graphics, music, idols.

## Lista de figuras

Figura 1 - Top 17 da 10ª edição eleição geral senbatsu do AKB48 em 2018

Figura 2 - Animação japonesa, filme “Viagem de Chihiro”, de 2003.

Figura 3 - Quadro com os 10 mandamentos do design japonês

Figura 4 – Dois pôsteres de exemplo de cores fortes e mistura de alfabeto

Figura 5 – Exemplo de brush fortes

Figura 6 - Gradiente

Figura 7 – Posteres com uso de flores e material orgânico

Figura 8 – Símbolo das famílias nobre japonesas

Figura 9, 10 e 11 – Exemplo da cultura fofo “Kawaii”

Figura 12 – Informação densa

Figura 13 - Do filme francês Cherchez l'idole de 1964

Figura 14 - Grupo idol masculino SMAP

Figura 15 - Grupo Idol feminino Morning Musume 1st geração

Figura 16 - Akimoto Yasushi

Figura 17 - Logo dos 48groups

Figura 18 - Mapa do Japão com localizações base do 48groups

Figura 19 - Mapa da região Setouchi

Figura 20 - Logo do 46groups

Figura 21 - Foto da campanha restauração Tohoku

Figura 22 - Fotos do livro de costumes do AKB48

Figura 23 - Show do AKB48 e cumprimentando os seus fãs, no acento.

Figura 24 - Migenishi Minami depois de raspa a cabeça

# 1. Introdução

## 1.1. Projeto

Viu-se neste projeto a possibilidade de expandir os conhecimentos sobre o design japonês através de sua produção gráfica. Para isso, procurou-se um tema contemporâneo que pudesse ser trabalhado de maneira que fosse possível investigar na história da cultura japonesa, elementos de linguagem, signos e símbolos que expressassem uma identidade forte que ainda pudesse ser reconhecida na contemporaneidade. O Japão conseguiu se desprender de sua imagem tradicionalista para mostrar uma imagem inovadora aliada as tecnologias digitais. O Japão flui muito confortavelmente entre o antigo e o novo, o tradicional e o moderno. O design japonês não é diferente, em sua estética expressa o tradicional e o contemporâneo de maneira a evidenciar o simbolismo nipônico. Pode-se notar traços de sua cultura na abordagem de sua produção gráfica.

O presente projeto pretende desenvolver uma coleção de pôsteres baseados e inspirados na cultura dos “Idols”, ídolos femininos dos grupos musicais japoneses. O Japão é um país que nos inspira, principalmente aos jovens contemporâneos na estética e na música, como os “Idols” japoneses.

O Japão é considerado o segundo mercado fonográfico, perdendo somente para o Estado Unidos. Com esses dados, pode-se concluir que as influências dos grupos musicais japoneses vêm influenciando o Ocidente. Pretende-se mostrar, neste projeto, como o principal grupo musical do produtor Akimoto Yasushi, o AKB48, mudou a maneira da apresentação dos jovens ídolos no Japão através do carisma das cantoras selecionadas cuidadosamente para comporem o grupo. Além disso, o marketing do conceito “Idols you can meet” associado ao design japonês marcante, projetou um diferencial que o destacou dos demais pelo mundo. Portanto, espera-se aliar os dois principais pontos que caracterizam uma particularidade dos “Idols” para criar uma série de pôsteres com características que expressam a estética própria a esse grupo musical que tem influenciado os jovens. É importante ressaltar, também, a importância do processo de construção da imagem dos “Idols”, além dos aspectos positivos e dos negativos que envolvem essa imagem construída para refletir sobre sua influência na população jovem japonesa.



Figura 1 - top 17 da 10ª edição eleição geral senbatsu do AKB48 em 2018

Fonte: Oricon (Acessado em 24/03/2020)

## 1.2. Motivação

A maior motivação para esse projeto é expandir os conhecimentos sobre design japonês, a sua produção gráfica, e como é feita a divulgação de sua cultura. Para este projeto, intenciona-se verificar como é feita a divulgação da cultura japonesa através dos *idols*. O Japão é também muito conhecido por seus *animes*, que se refere à animação ou desenho animado, que vem da palavra inglesa *Animation* アニメーション. Este tipo de *animes* é caracterizado pelos desenhos que destacam os olhos, que geralmente são muito grandes, muito bem definidos, redondos ou rasgados. Os desenhos mostram os olhos com muito brilho e em cores vibrantes. Essa abordagem na estética da forma pretende conferir mais emoção através do olhar dos personagens. Os *animes* vão além de uma simples animação para as crianças, na verdade, eles atingem todas as faixas-etárias pois, imprimem um significado filosófico aos acontecimentos do cotidiano. Por isso, existem muitos fãs (jovens e adultos) de *anime* espalhados pelo mundo e pelo Brasil, onde foram transmitidos nos anos 80 e 90, pela rede de televisão Manchete. Entretanto, a cultura *idol* é menos conhecida e pouco explorada pelos brasileiros, mas atrai milhares de fãs de todo os tipos, gêneros, idades,

personalidades em todo o mundo. Através deste projeto pretende-se mostrar a importância dos *Idols* como movimento de cultura contemporânea tanto para os jovens japoneses quanto para os jovens brasileiros, além de, divulgar e provocar um interesse maior por essa cultura.



Figura 2 - Imagem do Vencedor ao Oscar de melhor animação da Academia de filme em 2003, Viagem de Chihiro (千と千尋の神隠し, Sen to Chihiro no Kamikakushi) do Studio Ghibli e dirigido por Hayao Miyazaki de 2001

Fonte: adorocinema (acessado 24/03/2020)

### 1.3. Objetivos

Objeto desse projeto é criar pôsteres baseado na cultura *Idol* japonesa, especificamente a cultura promovida pelo grupo AKB48, através de um olhar mais crítico no que concerne o aspecto social do grupo, de seus componentes, dos fãs e dos empresários que administram o grupo. Além de adquirir conhecimentos técnicos sobre a produção gráfica e sobre o design japonês, pretende-se enriquecer o material de apoio do acervo da BCE/UnB com mais uma pesquisa sobre a cultura do Japão.

## 2. Contextualização

### 2.1. Design japonês

O design japonês se desenvolveu logo após a Segunda Guerra Mundial, quando o Japão abriu suas portas para o mundo. Através dessa abertura, o país do leste-asiático começou a receber influências dos países Ocidentais. O Japão procurou manter as tradições nacionais e, ao mesmo tempo, procurou incorporar essas novas referências a sua cultura. O design japonês se desenvolveu na simplicidade de sua tradição, inspirou-se nos principais estilos da arte e nas influências advindas da abertura do mercado para o Ocidente.

A arte e o design sempre foram atividades de destaque e estimadas no universo da cultura no Japão. Entretanto, a diferenciação entre as atividades da arte, do artesanato e do design não eram tão distintas no Japão como eram na Europa. Durante o período de modernização do país, os termos europeus para a arte e para o design, *fine arts* e *arts and crafts*, foram importados e traduzidos, respectivamente, como *bijutsu* e *kōgei*, para diferenciar os artefatos produzidos para essas finalidades, em substituição ao termo genérico *gigei* (arte técnica). Em 1886, o Museu Imperial tinha definido as seções *bijutsu* (artes plásticas), *bijutsu kōgei* (artes e ofícios) e *kōgyō* (produtos industriais) para categorizar essas diferentes vertentes do design e da arte. Após a definição das seções, o termo *zuan* (図案), originalmente criado por Kaijirō Nōtomi (provavelmente em meados do século XIX), foi utilizado para se referir ao termo "design". Somente em 1951, o termo *graphic design* foi introduzido no Japão através do designer gráfico Yusaku Kamekura<sup>1</sup> (1915-1997), em substituição ao termo japonês *zuan-ka*. Na Europa, o termo *graphic design* começou a ser utilizado no século XX, mais precisamente após sua criação, em 1922, pelo designer de livros estadunidense William Dwiggins<sup>2</sup>.

A transição do Império para o Estado Japonês foi um marco importante para contextualização do design no país. O uso de Katakana (alfabeto usado para as línguas estrangeiras) aumentou consideravelmente devido o intercâmbio com outros países do

---

<sup>1</sup> Yasaku Kamekuro foi o Designer gráfico que produziu series de pôsteres e logo olímpico em 1964

<sup>2</sup> William Addison Dwiggins (1880 - 1956) era designer de livros, calígrafo, ilustrador e tipógrafo. Nascido em Martinsville, Ohio. Trouxe para o seu design de tipos um caráter presente em de seu trabalho publicitário. Dwiggins cunhou o termo "designer gráfico" em 1922 para descrever as atividades de um indivíduo que traz ordem estrutural e forma à comunicação impressa

Ocidente. Para o design gráfico é importante ressaltar que, principalmente na área tipográfica, o fato de se usar o Katakana possibilitou uma quebra de paradigma em relação a língua local. A partir da Segunda Guerra Mundial o sistema de leitura da esquerda para a direita (no caso de textos horizontais) foi definido como padrão pelo governo japonês, sob forte influência americana.

No design, tanto o gráfico quanto o industrial, havia o desejo dos japoneses nos primeiros anos do pós-guerra, em aprender as novas linguagens introduzidas pelos designers gráficos ocidentais. O design também serviu como ferramenta econômica e estratégica para as exportações. Thornton explica que, após anos de produção industrial com objetos de baixa qualidade, o governo, em meados da década de 1950, passou a obrigar as indústrias a desenvolver políticas de fomento e desenvolvimento ao design. Especificamente, no caso da comunicação visual, a paisagem desoladora e cinzenta que a guerra deixou no país incentivou a produção de trabalhos com uso de cores com apelo de exaltação da beleza. Na ocasião os designers, no Japão, não poupavam esforços para deixar temporariamente seu país à procura de influências externas para utilizar como referência nos seus projetos de comunicação visual. As influências artísticas ocidentais pararam de chegar ao Japão com o mesmo vigor durante parte do período Meiji (1867-1912), por questões logísticas, econômicas e nacionalistas. Era uma época de reconstrução do país e de tentativa de minimizar as marcas da guerra. No contexto mundial, cabe citar Frascara<sup>3</sup>, que menciona avanços importantes nos sistemas de comunicação visual durante o período da Segunda Guerra Mundial. As teorias da informação, a semiótica e os demais elementos teóricos da comunicação foram desenvolvidos e hoje servem de apoio para análise de imagens, as quais esta investigação fará uso.

As características do design gráfico do “Sol Nascente” tendem a explorar cores fortes, personagens dramáticos, formas vibrantes, estruturas que imprimem ritmo, elementos contrastantes, enfim, uma composição repleta de signos que propõe expressar a harmonia das formas. Os símbolos da vegetação, da culinária, das armas, também são recorrentes. O que caracteriza um visual único é a informação composta por tipos manuscritos do alfabeto japonês e as técnicas de artes gráficas que podem ser usadas como inspiração. Pode-se

---

<sup>3</sup> Jorge Frascara nasceu em Buenos Aires, Argentina, em 1939. Filho de jornalista e poeta / pintor, estudou Belas Artes e Educação Artística em Buenos Aires e iniciou sua carreira profissional como ilustrador e animador de cinema no início dos anos 60 .

notar os traços estilísticos na arte japonesa que evidenciam sua particularidade, a qual a diferencia da arte ocidental.

## 2.2. Como símbolos notáveis aplicar ao design de pôsteres.



Figura 3 Quadro com os 10 mandamentos do design japonês

Essas características realçadas pelos signos gráficos e ideogramas são as notáveis quando se trata do design japonês, assim como, são aplicadas essas técnicas nos pôsteres. Essa referência servirá de inspiração para este projeto gráfico.

### **Cores vivas e marcantes**

Uma das coisas mais notáveis no design japonês são as cores vibrantes que marcam nas ruas de Harajuku, as roupas, a papelaria e afins. Nota-se uma ousadia no uso da paleta de cores, nos tons de vermelho, preto e dourado, cores comumente usadas.



Figura 4 – Dois pôsteres de exemplo de cores fortes e mistura de alfabeto

## Junção de alfabetos ocidental com oriental

Alfabeto romano é o utilizado no Ocidente, entretanto, os países do leste-asiáticos usam seus próprios alfabetos. A globalização tornou possível a utilização do alfabeto romano no mundo inteiro, e por isso, é comum ver no design japonês, a composição desses alfabetos, romano e ideogramas japoneses na produção de arte, de cartazes, pôsteres e etc. É aplicada ao cartaz, além da língua japonesa, o inglês e também outras línguas, na composição gráfica.

## Tipografia customizada

Alfabeto japonês tem facilidade para customização dela, usando seus significados, brincando com contexto e aplicação.

## Brushes fortes

A caligrafia no Japão é uma parte cultural muito valorizada na sociedade, muitas escolas e campeonatos usam a caligrafia com pinceis. Os designers trabalham essa cultura forte da caligrafia nos pôsteres, utilizando pinceis grosso que imprimem um traço forte expressivo .



Figura 5 – Exemplo de brush fortes

## Gradientes

O uso dos gradientes é comumente usado nos pôsteres japonesas, boa parte deles fazem o background, ou até mesmo no uso das tipografias.

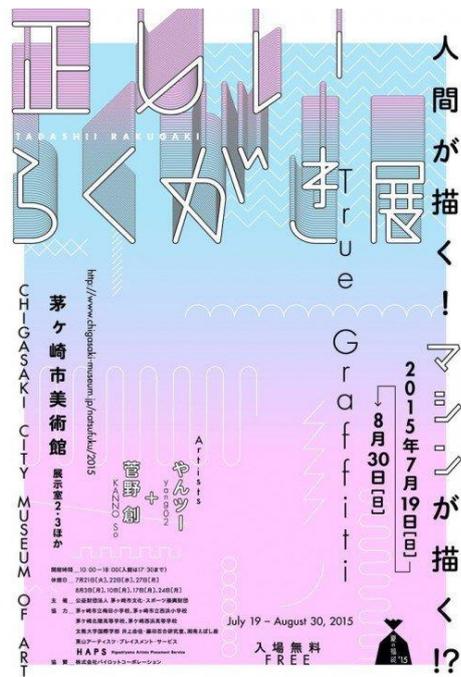


Figura 6 - Gradiente

## Objetos orgânicos, florais

Hanakotoba (花言葉), estudo das flores, é um fator importantes para a cultura do Japão, dependendo do tipo de flor e cor, pode carregar um significado enorme para a peça gráfica, dando emoção, sentido e simbologia. Exemplos: as flores rosas trazem a cura para doenças, o vermelho é a paixão e o branco é a virtude.



Figura 7 – Posteres com uso de flores e material orgânico

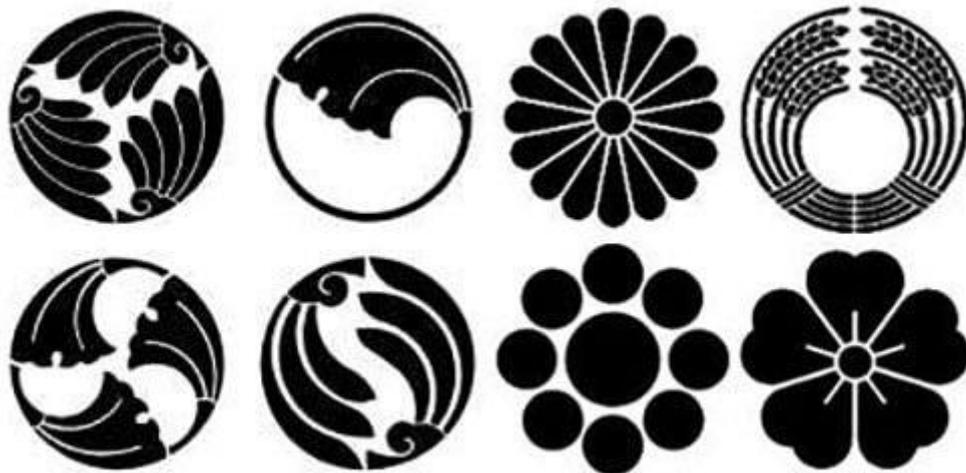


Figura 8 – Símbolo das famílias nobre japonesas

## Círculos

Uso de círculos também causa bastante atenção, devido serem usados para distinguir famílias nobres nos tempos antigos, acabou tornando um elemento indispensável para projetos gráficos. Os símbolos da família real, tem uma harmonia e balanço, tornando nada igual.



## Cultura kawaii (かわいい)

O Japão também é representado pelas coisas fofas em sua cultura fofa (kawaii 'かわいい'), com seus desenhos para lá de fofos e exagerados, que os torna mais atrativo. É essa personalidade que não pode faltar no design gráfico japonês, muito fofura e moe. Está em todas as partes do Japão, não só nos gráficos, mas nas ruas, nas comidas, nos produtos, na televisão e em divertidos personagens.



Figura 9, 10 e 11 – Exemplo da cultura fofa “Kawaii”

## Informação densa

Eles também adoram colocar informações densas nos gráficos, talvez seja a influência das grandes propagandas existentes no país, deixando-os mais adaptáveis a cultura japonesa

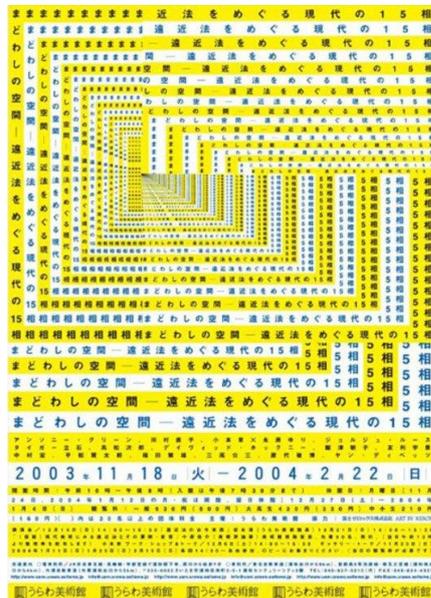


Figura 12 – Informação densa

## Colagem, layouts

Colagem e utilização de layout são outros pontos comuns dos gráficos, deixando mais organizado ou simétricos.

## 2.3. Diferença e suas influências do Ocidente e Oriente

Ocidente e o Oriente têm culturas bastante distintas devido a diversos fatores que influenciaram a sua formação civilizatória. Portanto, são grupos que apresentam maneiras particulares de pensar e de analisar as coisas completamente diferentes. Isso não impede que uma cultura influencia a outra e vice-versa. É importante ressaltar como o comportamento do ocidente influenciou o trabalho dos designers orientais e como estes são importantes para cultura local.

Temos ao contrário, Ocidente Europeu, principalmente na França, também tiveram suas influências japonesas. Os franceses criaram um estilo chamado 'Japoneiseme', o qual tinha grande influência de Ukiyo-e. Artistas de grande nome como Claude Monet e Van Gogh foram influenciados pelas técnicas japonesas.

## 2.4. Idol (アイドル)



Figura 13 - Do filme francês Cherchez l'idole de 1964

Fonte: IMDb (acessado 25/03/2020)

O termo *idol* *Cherchez l'idole*, que foi lançado em 1964 sobre o nome *Aidoru wo Sagasu* (Procurando um ídolo). Desde então associou-se a imagem de 'ídolo' A pessoas famosas como cantores, performers, atores que aparecem em fotos na mídia veiculada por revistas, pela TV, e hoje principalmente, aparecem na mídia digital. O ano dia de 1971 foi um marco na história dos *Idols* japoneses, ficou conhecido como o "primeiro ano do *idol*". Neste ano começou a trajetória de uma das indústrias mais bem movimentadas do continente asiático. Os anos 80 foi a época de ouro dos *idols* no Japão, todo ano mais ou menos 40 a 50 meninas debutavam como *idols* formando uma comunidade que atuava na mídia local com suas atrações. Os *idols* foram veiculados através de programas de variedade, de novelas, de revistas, enfim, estavam em todos os lugares que pudessem atrair a classe média japonesa. Nos anos 90, depois que

os grandes grupos SMAP<sup>4</sup> e Morning Musume<sup>5</sup> dominaram as mídias, os *idols* se foram considerados um verdadeiro “tarento”.



Figura 14 - Grupo idol masculino SMAP  
Fonte: JpopAsia (acessado 25/03/2020)



Figura 15 - Grupo Idol feminino Morning Musume 1st geração  
Fonte: nekopop (acessado 25/03/2020)

No Japão os *idols* são classificados como ‘tarento’ traduzido para o português como talento. A palavra talento quer expressar, neste caso, pessoas talentosas e aptas a fazerem

---

<sup>4</sup> SMAP foi um grupo de ídolos japoneses formado por Johnny & Associates em 1988. O nome da banda é um acrônimo de Sports Music Assemble People

<sup>5</sup> Morning Musume (モーニング娘。 'Mōningu Musume) formalmente simplificado Morning Musume e coloquialmente reconhecidas como Momusu (モームス) é um grupo feminino ídolo japonês. Foi formado em 1997 pelo cantor e compositor de rock Tsunku, que mais tarde compôs a grande maioria das músicas do grupo ao longo da década. Eles são o grupo principal da Hello! Project especializado em música otimista e voltada para o pop, acompanhada de apresentações de dança.

com maestria várias atividades artísticas diferentes. Além disso, elas ampliam os limites de atuação como cantores ou artistas, pois acabam fazendo muitas outras atividades como ensaio fotográficos, como MC<sup>6</sup>, como modelos fotográficos, enfim, atuam em multi-áreas. Um dos *Idols* que se destacar numa determinada área do conhecimento e quiser fazer uma graduação (vontade que é mais comum nos grupos femininos), poderá se graduar e atuar na área escolhida sem deixar de lado a indústria dos holofotes.

## 2.5. Akimoto Yasushi (秋元康)



Figura 16 - Akimoto Yasushi

Fonte: nihongogo (acessado 31/03/2020)

O grande mentor por trás de todo projeto 48 group é o produtor e escritor Akimoto Yasushi<sup>7</sup>. Nascido em 5 de maio de 1958 em Tokyo, ele se tornou um dos produtores mais populares do atual no mercado musical japonês. O primeiro grupo de grande sucesso do produtor foi Onyanko Club, grupo em que atuou Mamiko Takai, uma das integrantes que se tornou sua esposa, em 1988. Em 2004, Yasushi conhecido como Akip, começou um projeto *idol* o qual mudaria todo o ramo do mercado musical japonês. O grupo musical AKB48, mais tarde também criaria o grupo musical Nogizaka46, acabaram se colocando em rivalidade.

---

<sup>6</sup> MC: Mestre de cerimônia

<sup>7</sup> Yasushi Akimoto (秋元康, born May 2, 1958) é um escritor, letrista e produtor musical japonês, sendo bastante conhecido por ter produzido alguns dos maiores grupos idol do Japão, como Onyanko Club e a franquia AKB48.



## 2.6. 48 grupos



Figura 17 - Logo dos 48groups

Em 2004, o grupo AKB48 (ei-kei-bi-forty-eight) foi criado pelo Produtor Akimoto Yasushi com o conceito *"Idols you can meet"*. Conceito que expressa uma maneira mais intimista dos fãs com os ídolos, pois os fãs podem encontrar com o grupo, com os componentes do grupo, e pessoalmente em eventos. É permitido eventos com *handshake*<sup>8</sup> (aperto de mão), ir ao teatro, que fica no bairro *Akihabara*, que inspirou o nome do grupo. O grupo teve dificuldades no início de sua carreira (no *debut*), mas em 2006 com o lançamento do grupo musical *aitakatta*, conseguiu um sucesso, vendendo 17,481 cópias na primeira semana no *Oricon Chart*. O grupo musical conseguiu criar uma assinatura com a música e, o single recebeu certificado 'Dourado' pela *Digital Downloads (Chaku-uta full)*.

A partir do grande sucesso do grupo AKB48, Akimoto criou outros grupos com o mesmo sistema e conceito *"Idols you can meet"*, entretanto, estabeleceu os grupos em cidades e províncias diferentes como Nagoya (SKE48), Osaka (NMB48), Fukuoka (HKT48),

---

<sup>8</sup> Um Handshake (握手会) evento é realizado para todos os singles lançado por grupos 48, onde fãs encontra com seus membros favoritos para dá aperto de mão. Existem 2 tipos de evento, Nacional handshake e individual handshake, onde todos os grupos 48, akb48 e suas irmãs, participam onde 1 ticket custa 10s.

Niigata (NGT48) e a região de Setouchi (STU48). Foi estabelecida uma base internacional na China (AKB48 team SH), na Indonésia (JKT48), nas Filipinas (MNL48), na Tailândia (BNK48) e em outros locais que ainda estão em fase de construção. Assim o grupo AKB48 tornou-se uma franquia denominada “48 group”.

Esses grupos pertencentes a mesma indústria musical ou de espetáculos, também podem participar de grandes eventos como *Senbatsu Sosenkyo*<sup>9</sup>. Este grande evento serve para promover seus grupos no AKB48, que tem uma popularidade mais estabelecida e formação em *kennin*,<sup>10</sup>. Pode-se perceber identidade visual de cada grupo do AKB48 através da aplicação de cores e padrões gráficos que personalizam cada subgrupo.

Os grupos musicais fazem atividades locais, com intuito de trabalhar no local de sua própria origem, isso possibilita um maior contato com os fãs locais.

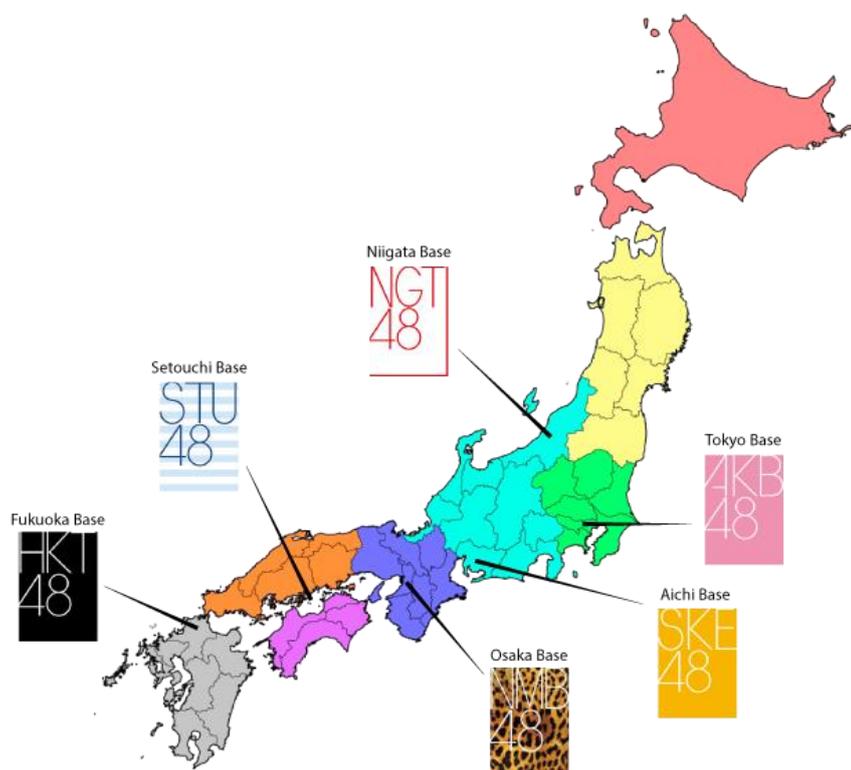


Figura 18 - Mapa do Japão com localizações base do 48groups

<sup>9</sup> Senbatsu Elections (選抜総選挙 *senbatsu sousenkyo*) é um evento anual onde os fãs votam nas suas membras favoritas entre os grupos 48 para sua popularidade. E a membra que recebe maior número de votos torna a center do próximo single lançado. Tem 5 categorias: Senbatsu (1<sup>st</sup> ~16<sup>th</sup> posição), Undergirls (17<sup>th</sup> ~32<sup>rd</sup>), Next girls (33<sup>rd</sup> ~48<sup>th</sup>), Future girls (49<sup>th</sup>~64<sup>th</sup>) e Upcoming girls (65<sup>th</sup>~80<sup>th</sup>), senbatsu recebe a faixa-principal e as outras categoria b-side.

<sup>10</sup> Kennin (兼任) que é quando um membro atua em 2 grupos ao mesmo tempo. Exemplo: Okada Nana é membro do AKB48, mas *kennin* em STU48, sendo assim, ela é um membro oficial, tanto no grupo AKB48 quanto no grupo STU48.

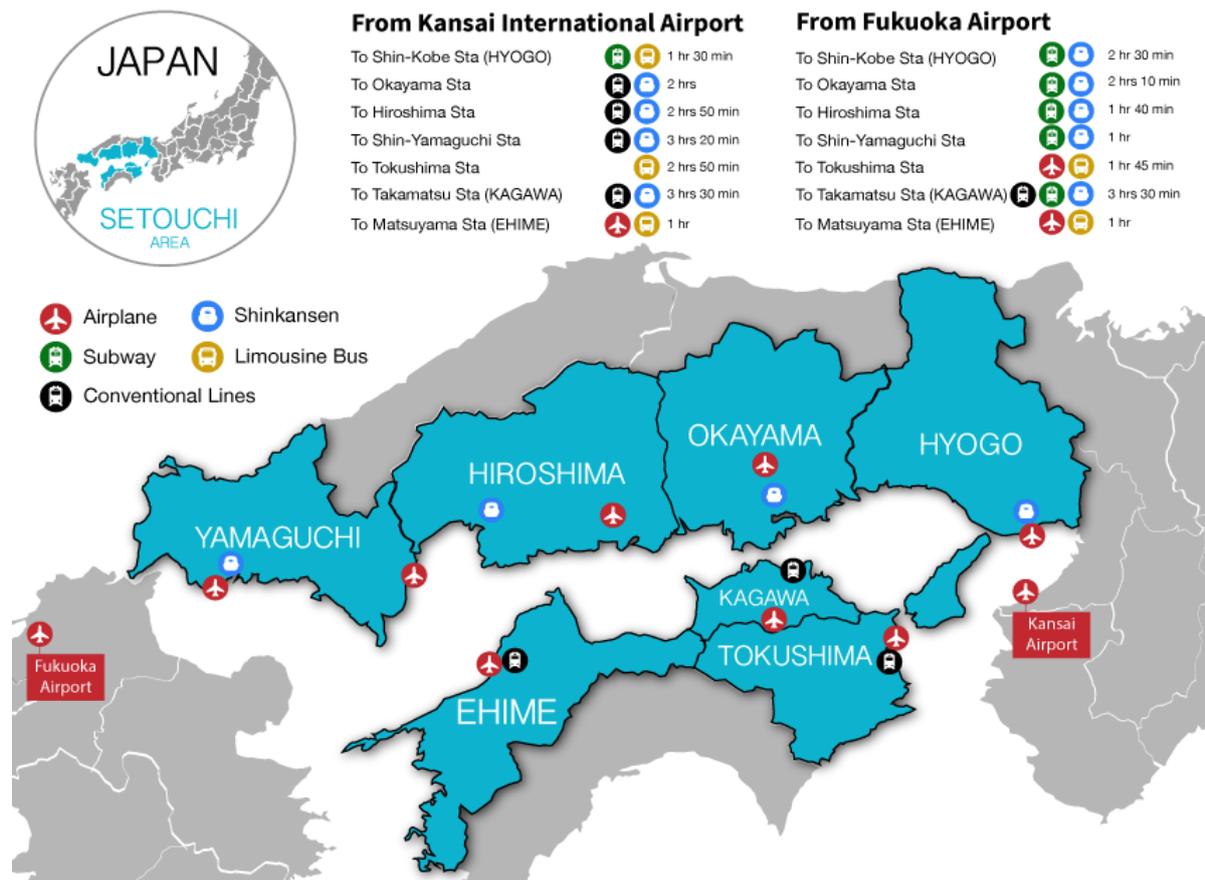


Figura 19 - Mapa da região Setouchi

## 2.7. 46 grupos ou sakamichi series

Em 2011, Akimoto anunciou um grupo sobre gerenciamento da Sony Music Japan que se tornaria rival do grupo AKB48. Porém, com um conceito diferente do próprio AKB48, que na verdade, não tinha 'nenhum conceito'. Surgiu então o primeiro grupo da série sakamichi ou a franquia 46 group, Nogizaka46. O grupo Guru Guru Certain fez a sua primeira aparição com Ikoma Rina, que foi center, que tem maior focos, 4 vezes seguidas, isso fez com que o grupo batesse recorde de número de single center, seguida, barrando até Matsui Jurina do SKE48 ou Maeda Atsuko da AKB48, a ACE absolute na época.

Keyakizaka46 é o segundo grupo da série sakamichi ou franquia 46 group, criado em 2016. Diferente da sua irmã mais velha (Nogizaka46), com membras mais esbeltas e elegantes do que Keyakizaka46, já vai para o lado rebelde, que questiona os comportamentos da sociedade e os problemas enfrentados por crianças e adolescentes, atualmente. O grupo também tem como componente Hirate Yurina, como "ACE Absolute" e como "center", que

recebeu 9 singles seguidos, tendo maior número como “center” na franquia 48g e 46g, atualmente.



Figura 20 - Logo do 46groups

### **3. Análise**

#### **3.1. Importância dos idols na cultura**



Figura 21 - Foto da campanha restauração Tohoku

Não demorou muito para (grupo?) AKB48 começar a ter grande sucesso no Japão com seu conceito inovador, a quebrar recordes, criar tendência, até mesmo um estilo de vida. Transformado em '*National idol*' (国民的アイドル), mesmo depois de 14 anos de atividades, eles mantêm esse título. Além do impacto causado na indústria de espetáculo, eles também fazem trabalho voluntário e ajudam a arrecadar dinheiro para doações. Desta maneira ajudam a dar esperança às pessoas mais necessitadas. Exemplo disto, foi em 2011, quando ocorreu a tragédia de Tohoku. Um terremoto de magnitude 9,1, na costa leste na região de Tohoku, causou uma grande onda, um tsunami. Geradores e reatores nucleares foram danificados, causando uma explosão em Fukushima como resultado. O grupo AKB48 fez uma campanha para lançar uma música, para ajudar as pessoas que ficaram sem lar ou perderam seus familiares, a superarem a dor por suas perdas. Através de seu carisma, o grupo conseguiu arrecadar 1.3 bilhões de *ienes* para reconstrução da região que foi afetada pelo Tsunami. Moto Goe, ex componente do grupo, se juntou novamente ao AKB48, depois que viu as apresentações de uma das campanhas.

AKB48 conseguiu mudar a indústria de CD e das mídias físicas que estavam em decadência. Não somente as mídias físicas, mas outros fatores também mudaram, como o

comportamento dos *idols* que se tornou mais suburbano, expresso no estilo das vestimentas dos jovens e do ramo jpop.

### **3.2. Identidade Visual AKB48**

A identidade visual do AKB48 não tem uma definição clara, ela se adequa ao estilo de cada single lançado, mudando todo o estilo do conjunto. Um elemento que prevalece na identidade visual é o seu logotipo. A tipografia utilizada para os grupos musicais, é um padrão para todos os grupos 48 mudando apenas as cores para as suas representações. O único grupo que se diferencia dos demais é o grupo base Osaka, NMB48, no qual a paleta cromática segue um padrão gráfico da pele (*pattern*) de onça, animal típico da região de kansai, localizado na parte sul de Tokyo. O grupo Niigata base, NGT48, começou a se diferenciar por utilizar um certo padrão de fonte tipográfica nos seus vídeos, criando assim, uma identidade mais forte para o grupo. Pode-se perceber identidade visual de cada grupo do AKB48 através da aplicação de cores e padrões gráficos que personalizam cada subgrupos.

### 3.3. Moda

Para toda campanha de lançamento de um single ou álbum, é criado e customizado um vestuário para se adequar ao estilo da música e do vídeo, para personalizar uma a faixa principal ou até mesmo as b-side<sup>11</sup>. Muitas peças deste vestuário acabam se tornando populares entre o público, dentro ou fora dos grupos que compõem o público-alvo. O vestuário dos Idols tornou-se uma grande tendência fashion no Japão. A influência do vestuário dos Idols é propagada pelo público jovem, entre as meninas e meninos, até mesmo para outros grupos de ídolos. Estes acabam adquirindo o estilo e seguem a tendência de vestimentas de moda que é lançada pela AKB48. A grande responsável pelas roupas criadas para os Idols é a empresa Osare Company<sup>12</sup>, que cuida deste setor desde o lançamento do grupo musical. A AKB48 também lançou um livro com todos os uniformes criados e usados pelos Idols. O livro além de explicar sobre o conceito, mostrar detalhes, apresenta também algumas curiosidades sobre a idealização do vestuário.

---

<sup>11</sup> B-side: Vem da cultura de fita cassete, onde tem lado A e Lado B. Onde lado A representa a música principal, promovida e o Lado B, músicas que não são promovida.

<sup>12</sup> Empresa responsável pela produção de figurinos, estilo, cabelo e maquiagem do Grupo AKB48 desde o início do grupo em 8 de dezembro de 2005.



Figura 22 - Fotos do livro de costumes do AKB48

## 4. COMUNIDADE

### 4.1. Comunidade Nipônica

Quando uma pessoa se torna fã e escolhe seguir um membro do grupo, por exemplo uma menina como favorita, o fã se dedica a dar todo o seu apoio a essa personalidade do grupo. Esse fã irá comprar mercadorias, votar nela nos eventos como Sousenkyo, indo para handshake. Esses fãs criam um centro comunitário para organizar os eventos voltados para aquele membro específico. Exemplo, um aniversário ou uma comemoração quando é anunciada a saída de um membro do grupo para ingressar num curso de graduação. Após essa cerimônia, a pessoa que era membro do grupo pode, enfim, continuar a sua carreira, usando o próprio nome em vez do nome do grupo principal (AKB48).



Figura 23 - Show do AKB48 e cumprimentando os seus fãs, no acento.

Um dos fatores que influenciaram o sucesso do AKB48, foi a escolha do público-alvo, que são homens entre 25~45 anos, quando um dos membros femininos graduar, eles facilmente trocam de 'oshimen'<sup>13</sup>, seguindo o grupo até o limite. Mas, não são apenas os homens que são atraídos pelo sucesso e carisma do AKB48, os jovens entre 13~25 anos fazem parte dessa comunidade, pois são inspirados e decidem se dedicar a uma audição seletiva para ingressarem ao grupo.

*“Fandom é um termo usado para se referir a uma subcultura composta por fãs caracterizados pela empatia e camaradagem por outros membros da comunidade que compartilham gostos em comum.”*

---

<sup>13</sup> A palavra oshimen (押しメン) vem de 'oshiteru member (O membro você apoia). Esse termo é usado para descrever membros favoritos dos fãs. Muitas vezes se refere somente 1 membro, mas muito fãs tem diversos oshi por grupos, entre esse grupo de oshi, existe kami-oshi (神推し), oshi número 1º, E quando trocam, ele dá 'Oshihen'

## 4.2. Nem tudo é um conto de fadas

Como qualquer indústria, ou como é tudo na vida, sempre tem o lado negativo, e o lado positivo. Nada é perfeito. No mundo dos *idols*, acontecem coisas ruins, seja por comportamentos de fãs, dos empresários, dos membros, e dos staffs. Entre os membros, componentes do grupo, há perseguição depois do trabalho ou em seu tempo privado, que é mais comum. As pessoas que se consideram fãs, começam a seguir essas personalidades (membros) fora do expediente, abordando e assediando, até sexualmente. Aconteceu 2018, que Veio à tona em 2019 um pronunciamento de um membro do NGT48, Yamaguchi Maho, quando fez um desabafo dizendo que foi vítima, de um *stream* em 2018, fato divulgado pelo no SHOWROOM<sup>14</sup>

Segundo a própria Yamaguchi Maho, dois homens a abordaram na porta do seu apartamento, e no dormitório do grupo, falaram com seus colegas de trabalho e vazaram informações pessoais. Depois que alegaram que essas mesmas pessoas estavam quebrando protocolos, dating ban<sup>15</sup> e outras regras para um staff, que não fez nada a respeito, para puni-las ou ajudar a Maho depois do assédio causado pelos dois homens.



Figura 24 - Migenishi Minami depois de raspa a cabeça

<sup>14</sup> SHOWROOM é uma plataforma de stream onde AKB48 e seus grupos têm vínculo oficial.

<sup>15</sup> DATING BAN é uma das casulas do contrato onde membro não poderá namorar ou ter qualquer relacionamento amoroso com alguém durante seu tempo no grupo.

Devido certos comportamentos de fãs e membros, e regras criado pela empresa responsável pelo grupo, AKS, surgem casos como Minegishi Minami do AKB48. O jornal Bunshun alegou que a membra estava namorando o membro EXILE, Alan Shirahama. Para Minegishi Minami se redimi com os seus fãs, ela raspou a cabeça e lançou um vídeo se desculpando pelo ocorrido. Logo depois, foi rebaixada a treinee.

Muitos fãs se sentem donos dos membros por darem seu apoio financeiro e não admitem nenhum tipo de relacionamento amoroso, quando se envolve alguém do grupo. No caso disso acontecer e a pessoa ser exposta, como o caso de Minegishi Minami, isso acaba tomando um caminho muito difícil, até mesmo provocando o fim da carreira. Outros se aproximam delas para criar algum tipo de laço além dos laços de fã-idol, que poderia ser amoroso ou sexual. Existem muitas personalidades dos Idols que acabam usando esses sentimentos tóxicos dos fãs em troca de algo, fazendo uma carreira sucessiva.

Existe problemas psicológicos que são considerados como problemas que permeiam só a vida dos idols, mas da nação inteira. Entretanto, falar sobre isso é considerado tabu. As personalidades (membros) acabam entrando em hiatos<sup>16</sup> por pressão causado pelo público e pela pressão pela busca de um padrão de beleza existente. Com o tempo, como essas pessoas acabam ganhando o peso acima da média, com pouca popularidade, desenvolvem um sentimento de auto-estima baixa e não acreditam mais em si mesmo.

## 5. Os pôsteres

Com toda a pesquisas sobre os *idols* e sobre a produção gráfica japonesa, cheguei a conclusão que eu não gostaria somente de mostrar gráficos interessantes, mas desenvolver críticas, seja boa ou ruim sobre o mundo dos *idols* e sobre a comunidade. Comentarei quais elementos utilizei para uma abordagem crítica.

### 1º poster: Aikattaka

---

<sup>16</sup> Quando a membro tem problemas de saúde ou qualquer outra situação, eles podem parar todas as suas atividades para cuida-se ou pensar sobre suas ações.



O primeiro poster foi feito a partir da imagem do *music* vídeo do 1º single do AKB48. O single onde tudo começou para o grupo, seu *debut*, tem um significado profundo para o grupo e para os fãs.

Os elementos simbólicos utilizados para nesse pôster, foram: a cor azul, por expressar tranquilidade e leveza; além de trabalhar o contraste entre o alfabeto romano e o ideograma japonês.

## 2º poster: Akimoto Akuma



No segundo poster procurou-se mostrar o criador do grupo Idols, a partir de uma visão pessoal. Apesar do idealizador do grupo Idols querer se mostrar através de ações boas para os jovens componentes deste grandioso projeto. Não podemos perder de vista o seu interesse como empresário num mundo capitalista que visa o lucro de mercado. Por isso, pretendeu-se mostrar o seu lado “endiabrado”, pois ele determina regras e manipula os jovens membros do grupo para, com certeza, mantê-los sob o seu domínio. O que parece um sonho para os jovens pode se tornar um pesadelo através de regras de conduta inadequadas que estimulam atitudes egoístas num mundo de celebridades reforçado por um poder hierárquico.

Através do trabalho gráfico de “customização” da caligrafia registrou-se o nome de Akimoto em japonês e o ideograma Akuma, que significa demônio. Foram utilizadas cores fortes e vibrantes para mostrar a força que existe neste personagem. nele. Usou-se também o desenho de chifres, para reforçar o simbolismo do mau no personagem.

## 3º poster: Jurina Gachikoi

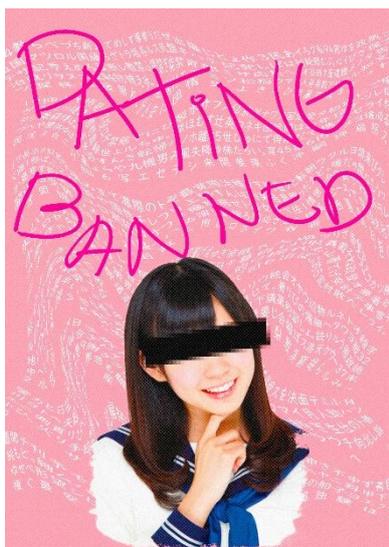


No terceiro poster, partiu-se para uma crítica mais voltada aos comportamentos “tóxicos” dos fãs sobre os membros do Idols. Muitos fãs acreditam ser donos das personalidades por se acharem provedores de seu status, de suas finanças e de sua fama.

Os fãs também agem de maneira a ameaçar as carreiras artísticas desses jovens Idols, porque o assédio pode provocar relacionamentos amorosos fora do grupo.

No projeto gráfico utilizou-se a caligrafia “customizada” e procurou-se inspiração pôsteres japoneses que evidenciavam o terror. Para isso, usou-se a cor vermelha, para simbolizar o perigo. A figura do homem usando uma máscara, apresentando um largo sorriso quis mostrar que o bem pode ser uma farsa. Para representar o poder e o controle da indústria Idols, desenhou-se as cordas que amarram os jovens membros do grupo que se movem como marionetes.

#### 4º poster: Miyuki scandal



No quarto pôster, para representar o relacionamento abusivo entre os fãs e os idols, procurou-se mostrar, através de uma imagem, o que pode acontecer caso haja a manifestação de relacionamentos amorosos fora do ambiente do trabalho, pois eles são vistos como criminosos. Esses jovens são expostos a comentários maldosos e a atitudes agressivas até provocando neles outros comportamentos que afetam sua saúde mental e física.

No projeto gráfico o texto foi aplicado com o intuito de provocar uma distorção da leitura e ao mesmo tempo mostrar formas de ondas que se movimentam como os comentários dos fãs. A ideia foi mostrar o turbilhão de mensagens do público e dos internautas, quando estes tomam conhecimento de um escândalo que envolve uma personalidade do grupo. Procurou-se expressar graficamente os comentários maldosos inseridos num contexto que parece mostrar algo feliz, entretanto, existe uma pessoa com uma tarja preta na face, que representa a censura, que se impõe após um escândalo, quando ela se torna uma criminosa perante os olhos do público.

## CONCLUSÃO

O projeto de conclusão de curso permitiu que eu pudesse revisar um pouco do conteúdo teórico e prático que foi adquirido durante o caminho da minha formação em Design. Além disso, foi a oportunidade de aprofundar um pouco mais os conhecimentos sobre a cultura japonesa e também o design japonês através de sua produção gráfica. Existe um mundo de possibilidades de atuação e de trabalhos para o designer, mas procurei um tema contemporâneo em que eu pudesse me sentir motivada a trabalhar. Mesmo num mundo globalizado, é instigante pensar como a cultura no Japão ainda se mantém tão forte e tão tradicional. Partindo desse pensamento, pude trabalhar de maneira investigativa, ou seja, buscando na história da cultura japonesa, elementos de linguagem, signos e símbolos que pudessem expressar essa identidade forte e ainda reconhecida na contemporaneidade. O Japão serviu de inspiração para pensar este trabalho, pois é uma cultura que flui muito confortavelmente entre o antigo e o novo, o tradicional e o moderno. Procurei mostrar, através do design gráfico, um pouco dessa estética e também um pouco do simbolismo nipônico, e isso foi um desafio. O design japonês não é diferente e a sua estética é muito particular e encantadora.

O trabalho partiu de uma temática maior, o Japão, para se deter a uma temática mais específica, das artes gráficas no Japão, para então, se focar numa temática cultural e contemporânea, dos Idols japoneses. Portanto, para o presente projeto procurei um ambiente do qual também faço parte como admiradora e fã. No entanto, desenvolvi os projetos gráficos seguindo uma abordagem crítica e questionadora. O distanciamento físico, mesmo como admiradora da cultura dos Idols, permite que eu enxergue o fenômeno que influencia tantos jovens pelo mundo, de uma maneira menos nublada. O encantamento coexiste com uma visão crítica, que não acredita que o mundo de celebridades carregue somente coisas boas. O mais importante, foi poder fazer essa abordagem crítica através das ferramentas do Design e também entender a importância do conhecimento do repertório cultural para realização de um projeto.

Portanto, espera-se ter podido mostrar os principais pontos que caracterizam os "Idols" japoneses através da série de pôsteres que expressam uma estética muito particular a esse grupo musical japonês que tem influenciado tantos jovens pelo mundo.

# REFERENCIAS BIBLIOGRAFIAS

## LIVROS

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos: Desenho, projeto e significado**; São Paulo: Editora Martins Fontes, 1999.

GALBRAITH, Patrick and KARLIN, Jason. **Idol and Celebrity in Japanese Media Culture**, 2012

VARIAVEL, **Made in Japan: Awe-inspiring graphics from Japan Today: Awe-Inspiring Japanese Graphics, Victionary**, 2018

MASON, Penelope E., **History of Japanese Art**, 2004

## INTERNET

A HISTORY OF JAPANESE POSTER ART <Disponível em <http://www.posterposter.org/a-history-of-japanese-poster-art/>>

ASSAULT OF MAHO YAMAGUCHI <Disponível em [https://en.wikipedia.org/wiki/Assault\\_of\\_Maho\\_Yamaguchi](https://en.wikipedia.org/wiki/Assault_of_Maho_Yamaguchi)>

JAPANESE GRAPHIC DESIGN <Disponível em <https://www.designyourway.net/blog/graphic-design/japanese-graphic-design/>>

MISRUPTIONS/DISRUPTIONS: A JAPANESE GRAPHIC DESIGN HISTORY TIMELINE <Disponível em <http://ianlynam.com/lacma/>>

CHAPTER 62; MODERN GRAPHIC DESIGN IN JAPAN <Disponível em <http://guity-novin.blogspot.com/2012/11/chapter-62-modern-graphic-design-in.html>>

VICTIM-BLAMING OUTCRY AS JAPAN POP STAR SAYS SORRY AFTER ALLEGED ASSAULT BY FANS <Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/18/japan-pop-star-maho-yamaguchi-ngt48-alleged-assault-outcry>>





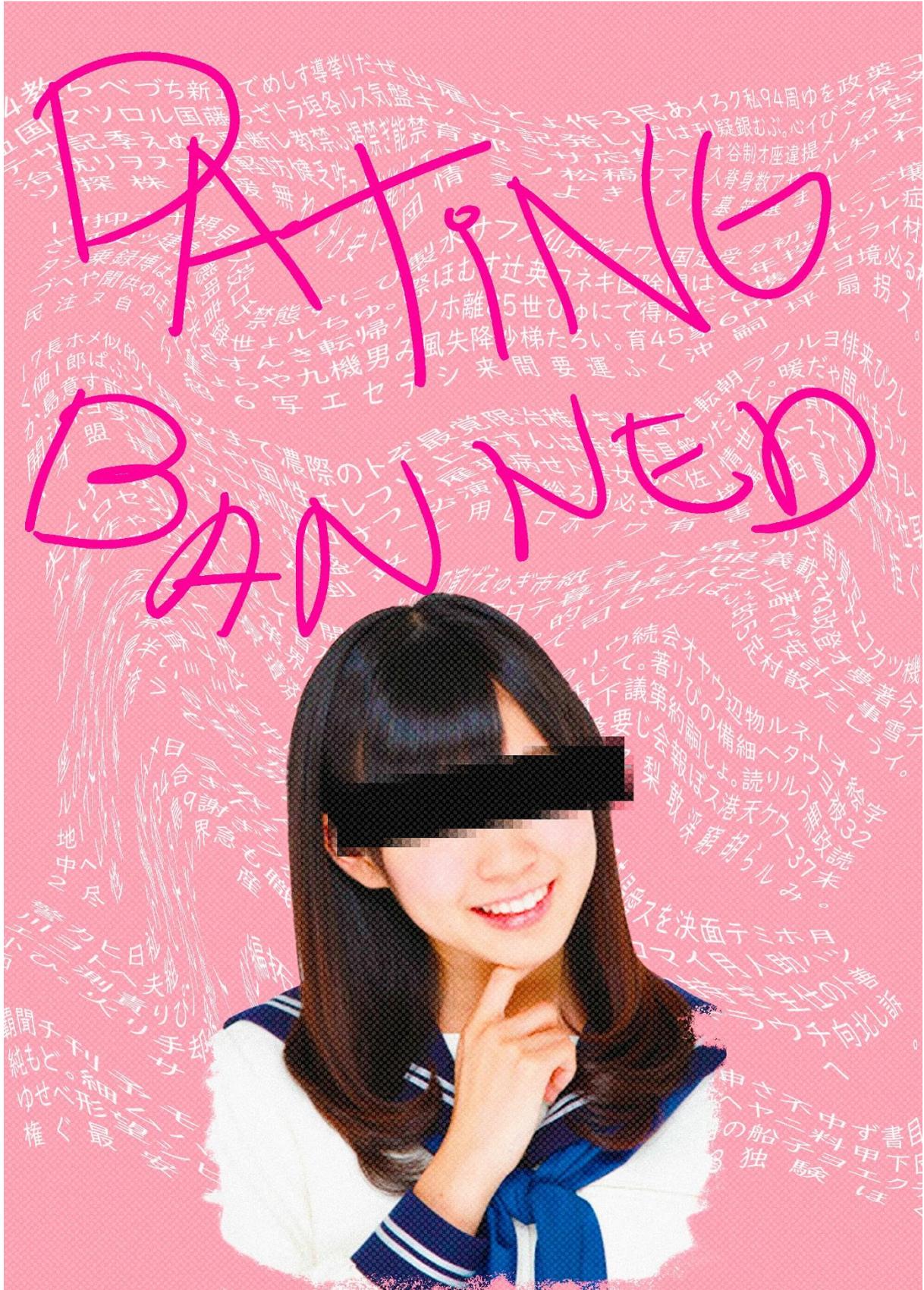
1 AITAKATTA



2 AKIMOTO AKUMA



3 JURINA GACHIKOI



4 MIYUKI SCANDAL