

Bibliografía

- APPADURAI, Arjun (1990). La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Buenos aires: Fondo de Cultura Económica.
- “Argentina y el mundo. La segunda mitad del siglo XX” - Santillana (página 30)
- BIALOGORSKI, Mirta (2013). La ‘ola coreana’ en la arena argentina: vínculos e identidades en transformación. Paper presented at VI Meeting of Korean Studies in LatNational University of La Plata, 14th -15th August.
- CHUNG, W. Lee, T. (2011). Hallyu as a Strategic Marketing Key in the Korean Media Content Industry. In Do Yun Kim et. Min-Sun Kim (eds.). Hallyu, Influence of Korean
- Díaz JL. Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral. Salud Mental. 2010;33(6):543-551.
- Domínguez Águila, L., Muñoz Barriga, L. y Castro Hidalgo, A. (2006). Sentido y significado de la música en adolescentes varones de un establecimiento de enseñanza media particular subvencionada de concepción, Chile. Theoria. 15(1). Pp. 45-56.
- FERNANDEZ, Paula (2012). La potencialidad turística de las industrias culturales: El caso de la ‘oleada coreana’ (hallyu) y su vinculación al desarrollo de una nueva ruta cultural. International Colloquium at Université Laval, Québec, June 13 to 15.
- GARCÍA, Laura (2020) En Ciencia Joven: Hallyu, el fenómeno cultural surcoreano más allá del k-pop: Una industria del entretenimiento que avanza por el mundo. Ciudad de México, México. Ciencia UNAM-DGDC.
- HEREDIA, Daniela (2017) La revolución del K-POP arribó a Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina
- Hurtano, O. L. (2016) “El artista como producto en Corea del Sur: Exo y el fenómeno fan”. (Trabajo final de grado en comunicación audiovisual). Universidad Politécnica de Valencia. Gandía.
- IADEVITO, Paula (2014) El consumo del K-Pop en Buenos Aires. Buenos Aires. Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA/ CONICET.
- KIM, Yae-ri (2013). What YouTube Can Teach Us about K-pop. Korea Focus (May).
- KIM YOUNG HOON (2011), Understanding Korea's 20th century popular culture, en Understanding Contemporary Korean Culture, en Choi Joon Sik, Hahm In Hee, Kim Mi Hyun, Kim Young Hoon, Lee Ki Sung (eds), Seúl, Jimoondang, capítulo 4, pp.175-219.
- K-POP Argentina “[RESULTADOS] ¿Qué edad tienen los fans de KPOP Argentinos? - Conociendo a los Fans ARGENTINOS de KPOP” (1 de noviembre de 2011)
- Lacarcel Moreno, J. (2003) Psicología de la Música y Emoción Musical. Education (Volume 20-21). Universidad de Murcia.
- LEE, Geun (2009). A Soft Power Approach to the ‘Korean Wave’. Review of Korean Studies.

- Monleón, B. C. (2010, marzo-abril). Reflexiones en torno a la utilización de la música en la terapia psicológica con adolescentes. *Revista Española de pediatría, Clínica e Investigación*. in America.
- Nye, J. (1990). *Soft Power: The Means To Success In World Politics* 153-171. *Redefining the National Interest*. Foreign Affairs.
- ORTIZ, Renato (1997). *Mundialización y cultura*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- PARK, Gil-Sung (2013). Understanding the K-pop Phenomenon and Hallyu: From Fragile Cosmopolitanism to Sustainable Multicultural Vigor. *Korea Journal*. Vol.53 No.4 (5-13).
- PRESELLO, Gabriel (2017), gestor del Centro Cultural Coreano en América Latina.
- ROCHA, Nayelli (2017) Hallyu y su percepción por los jóvenes coreanos en el contexto de la marca país coreana (Hallyu perceived by young Koreans in the context of Korean Nation branding strategy). Ciudad de México, México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- SIMMEL, Georg (2002). *Sobre la Individualidad y las formas sociales*. Escritos escogidos. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Benedito, M. M. (2010). Reflexiones en torno a la utilidad de la música en la terapia psicológica con adolescentes. *Revista española de pediatría*, Vol. 66 (02), 136-140.
- ZAPATA, Ana María (2017). *El rol de la industria hallyu y el kpop en el soft power surcoreano desde 1997*. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, Bogotá.