

Influencia cultural surcoreana en los jóvenes argentino

Autoras: Samara Cerrato, Milena Miño y Florencia Zucchelli

Docentes a cargo: Paola Fernández y María Laura Giménez

Colegio MODELO SARA ECCLESTON

Resumen

Esta investigación propone realizar un análisis de carácter descriptivo y explicativo sobre la influencia coreana en la juventud argentina (específicamente el género musical K-POP), con el objetivo de comprender por qué ésta resulta un atractivo para los adolescentes, teniendo en cuenta que nuestro país es uno de los tantos que se ven constantemente influenciados por productos extranjeros, donde las plataformas audiovisuales presentan un rol fundamental logrando evitar que los límites geográficos sean un impedimento.

Por lo tanto, indagaremos desde los inicios en la historia de Corea del Sur como nación, posterior a la guerra de las Coreas, sumando las estrategias de expansión llevadas a cabo con el fin de recuperarse económicamente y posicionarse en el mercado como una entidad cultural consistente.

Una vez mencionado el contexto, se profundizará en las características de dicho género y de qué manera se vuelve tan popular entre millones de personas sin ser éstas pertenecientes al país de origen. Para ello, recurriremos a entrevistas con especialistas en historia y cultura del continente asiático, al igual que información digital correspondiente a las tradiciones, los fans, el entrenamiento de los grupos de K-POP, entre otros temas de la actualidad que nos servirán para explayarnos en la influencia existente.

Palabras clave: juventud argentina, K-POP, plataformas audiovisuales, Corea del Sur, historia y cultura.

Introducción

El foco de nuestra investigación se vio puesto en la influencia cultural de Corea del Sur sobre la sociedad argentina, específicamente en jóvenes que se encuentran en un rango de edad de 13 hasta 25 años y todo el impacto que ésta conlleva. Nuestro proyecto contó con una connotación descriptiva con el fin de identificar el rol que cumple la ola cultural surcoreana en la formación de la identidad de los adolescentes argentinos y finalmente analizar las causas que llevaron a Corea del Sur a expandirse mundialmente. Para ello, se ha tenido en cuenta tanto el contexto histórico de dicho país y cómo fue el proceso por el cual se manifestó un fenómeno de consumo masivo proveniente de un país con el cual carecemos de similitudes. Cabe recordar que en términos temporales nos ubicaremos desde la independencia coreana hasta la actualidad (año 2020), y en cuestiones geográficas, trataremos ambos países ya mencionados.

El hecho de que cada vez más jóvenes hayan demostrado su agrado hacia el género musical surcoreano, denominado como “K-POP” es una consecuencia de la expansión nacional, regional y mundial en cuanto al arte y la cultura de Corea. A dicho suceso se le atribuye el nombre de “Hallyu”, lo que traducido en español significa “Ola Cultural Surcoreana”. Éste se caracteriza por incluir elementos propios del país en cuanto a la música, la televisión, el cine, la estética y la belleza. Comprendemos que las medidas impulsadas por el Estado de Corea del Sur se basaban en la intención de promover su cultura internacionalmente, lo que resultaría beneficioso para la nación en diversos aspectos.

A raíz de este gran éxito extranjero, nos centramos en responder cuestiones tales como: ¿De qué forma se consolidó esta expansión cultural y qué factores/medios intervinieron en la misma? ¿Cómo intervino Corea del Sur y en busca de qué beneficios? ¿De qué manera la tecnología favoreció esto? ¿Qué otros intereses surgen en los oyentes a partir del gusto hacia este determinado género? ¿Cómo influye en la formación de las personalidades juveniles? Para resolver estas preguntas hemos recurrido a diversas fuentes online y entrevistas con gente especializada en industrias culturales asiáticas y su impacto global.

Como mencionamos con anterioridad, fue necesario comprender el contexto mediante el cual Corea del Sur se fue desarrollando: durante la Segunda Guerra Mundial, había estado ocupada por los japoneses. Sin embargo, la derrota de Japón supuso la división del país en dos zonas de ocupación separadas por el paralelo 38: al norte, los soviéticos; al sur, los estadounidenses. Aunque los aliados pretendían la reunificación del país, la Guerra Fría provocó la creación de dos estados en la península coreana: la República Popular Coreana, comunista, y la República Coreana, capitalista. Esta diferencia ideológica concluyó en la división del territorio en dos naciones distintas con desarrollos y orientaciones diferentes. Park Chung-hee (1961-1979) bajo una dictadura sumamente estricta, se encarga de fomentar la industria pesada. Se lo considera como el “Padre de la industrialización de Corea”.

En 1988, Corea del Sur alcanza la democracia y el símbolo son los juegos Olímpicos en Seúl, forma en que Corea se mostró al mundo democrática y evidenciar un cambio radical en la política. Se mostró con intención de ser una sociedad avanzada. Kim Young-sam, electo en 1993, promovió la industria cultural al comprender su eficiencia como fuente de ingreso. Los medios concentrados bajo los gobiernos autoritarios anteriores comienzan un proceso de desregularización, se desarrollan diferentes proyectos y se aplica una apertura económica. Tras la crisis económica de 1997, se produjo un cambio en la política cultural de Corea donde el gobierno comenzó a comprender la importancia de realizar inversiones para definir una identidad frente al mundo. Para eso se necesitan símbolos, artistas, música y una estética propia. Kim Dae-jung, electo en 1998, continúa con la idea de exportar productos coreanos y reforzar la identidad a través de la comercialización. Acá se asientan las bases de la oleada cultural coreana, en entender cómo la cultura se convierte en una mercancía y en un producto de exportación.

En la década de los '90 llegan a Corea los programas televisivos al estilo de American Idol, teniendo un rol muy importante los doramas coreanos, lo que en Argentina conocemos como novelas, las cuales atrajeron a jóvenes y adultos por sus temáticas, su música, la manera de desarrollar la historia y la visión que proyectan de su sociedad. Según Micaela Farías (2017) “ellos producen mucho más series que nosotros, por año cada canal estrena alrededor de 15, entre miniserias y otras más largas. Y exportan mucho, tanto guiones como enlatados”¹. El cine surcoreano comienza a expandirse, además de las películas, caricaturas, mangas (nombre que reciben las tiras cómicas e historietas coreanas) y videojuegos, para luego tomar un rumbo hacia el resto del mundo, conformándose lo que se conoce como la primera etapa de la ola cultural coreana, que recibe el nombre de “Hallyu”. La doctora Nayelli López Rocha (2017), investigadora del Programa Universitario de Estudios sobre Asia y África de la UNAM utilizó este término para describir el sentimiento de euforia juvenil por los productos de entretenimiento coreano, principalmente telenovelas². Se produjo una segunda etapa de la llamada ola coreana o en otras palabras “Hallyu 2.0”, caracterizada por el surgimiento del pop coreano, globalmente conocido como “**K-POP**”

El nacimiento de esta industria se podría ubicar en 1989, año en el cual el ex cantante Lee Soo-man fundó S.M. Entertainment, hoy siendo una de las principales discográficas de Corea. A partir de la noción acerca de los gustos musicales adolescentes y qué esperan los mismos de sus ídolos, cambia el panorama de la música en el país. Años después, en 1992, debuta Seo Taiji & Boys, que tuvo gran influencia en cuanto a distintos géneros musicales. Posteriormente, Yang Hyun Suk, ex miembro de Seo Taiji & Boys, fundó YG Entertainment una vez disuelto el grupo. Por último, Park Jin Young, estrella pop, funda JYP Entertainment. Consideramos relevante mencionar a estas tres empresas ya que son las que marcaron las bases del K-POP y la industria musical. En la actualidad, el K-POP es una combinación de diversos estilos de música occidental, caracterizado por las canciones con ritmos y letras pegadizas, facilitando el comercio de las mismas. Cabe destacar que el encanto de la música que escuchamos hoy en día proveniente de Corea, en sus orígenes, se vio fuertemente influenciado por Japón y Estados Unidos, entre ellos, géneros musicales tales como el hip-hop, el R&B, el rap y el rock. El pop coreano consiste principalmente en bandas conformadas por adolescentes que con anterioridad han atravesado un período de entrenamiento minucioso que incluye el perfeccionamiento en el canto y en las habilidades motrices como es el baile, sumando el aprendizaje de diversos idiomas como el inglés, el chino y el japonés que sería uno de los puntos estratégicos a la hora de promover la globalización. Todo esto es llevado a cabo por “escuelas” de entrenamiento, a las cuales asisten niños desde los 10 años, que cuentan con un alto nivel de exigencia. Gil-Sung Park en su obra “Understanding the K-pop Phenomenon

¹ Disponible en <https://xiahpop.com/>

² Disponible en <https://n9.cl/zw2ea>

and Hallyu: From Fragile Cosmopolitanism to Sustainable Multicultural Vigor. Korea Journal“ afirma lo siguiente: “todas estas gestiones de entretenimiento son subsidiadas por empresas que monitorean la carrera profesional de los alumnos y, cuando los resultados obtenidos son óptimos, continúan invirtiendo en el proceso de creación del nuevo artista” (p. 5-13)

Una característica principal del género analizado, es la imagen ya que se busca la perfección estética. Tal como relata Farías (2017), *“es un 40% música y 60% imagen. Están todos bien peinados, maquillados, dentro de la banda tienen un estilo similar, es raro todavía en occidente ver algo así. Los managers siempre le buscan a cada uno un estilo que se adapte a su personalidad. Los chicos se pasan todo el tiempo en realities, viven en programas de televisión, subiendo selfies y haciendo videos en vivo”* (p: 24)

Una vez contextualizada la situación de Corea a través de los años y el surgimiento del K-POP, procederemos a desarrollar el fenómeno del consumo del K-POP en Buenos Aires, el cual es concebido como parte del proceso de mundialización de la cultura, del cual nos habla Renato Ortiz (1994) haciendo referencia a la dimensión específicamente cultural que asume el proceso de globalización (p: 5).

Debemos tener en cuenta que el gobierno argentino fomentó, en las últimas décadas, el proceso de diversidad cultural mediante la implementación de políticas en relación con las colectividades étnicas como renovada modalidad para la administración de la diversidad. Aunque también, la llegada del K-POP a Argentina se debe particularmente a los fans y el consumo de distintas plataformas digitales como principal herramienta que permitió romper las fronteras culturales. Esta tendencia se vio reforzada con la organización del concurso de K-POP Latinoamérica por parte del Centro Cultural Coreano, perteneciente a la embajada en Argentina. Resultando un éxito la primera edición en el año 2010, el gobierno coreano encomendó al resto de las embajadas del continente organizar sus propias ediciones. Además de la incorporación de actividades relacionadas al K-POP en programas televisivos, lo que contribuyó a que no sólo jóvenes sino adultos se vean atraídos al género.

Por otro lado, el encuentro con el K-POP en la Ciudad de Buenos Aires es considerado normalmente como un encuentro espontáneo, sin embargo, aquellos jóvenes que simpatizan con el género manifiestan una previa atracción por diferentes formas de expresión cultural y artística proveniente de Asia, algunas menciones podrían ser animé, mangas y la gastronomía oriental. Como ya dijimos, las plataformas online facilitaron la expansión de la cultura. Sin embargo, en sus inicios, se acudió a la difusión a través de las series. “Antes de que existiera Youtube la gente buscaba la serie, la descargaba y bajaba las canciones de blogs o foros donde las subtitulaban al español. Hoy con Youtube estás viendo un video, y al lado te van apareciendo recomendaciones de otros videos populares similares y va fluyendo. Incluso en Netflix ya hay una categoría llamada directamente ‘series coreanas’, y a partir de ahí empiezan a buscar las canciones”, menciona Micaela Farías (2017). Debido al creciente interés y entusiasmo de los fanáticos, la sede local del Centro Cultural AL Korea lanzó la primera competencia

anual latinoamericana de K-POP en 2005. En nuestra ciudad, ésta tiene una trayectoria de cinco ediciones, el concurso prestigia a los fanáticos que puedan representar perfectamente las presentaciones de los principales hits del género. Por lo tanto, a través de este tipo de actividad, el género musical ha ido ganando mayor popularidad y aceptación cultural a nivel local. Además, en 2012 el último concierto de Super Junior tuvo lugar en Buenos Aires en el legendario estadio Luna Park. Meses después, con la participación de aproximadamente 500 personas, se organizó la final del Concurso Anual de Latinoamérica de K-POP en 2012. Según estadísticas sobre edades de los fans de una encuesta realizada por la página “KPOP Argentina” en 2011, los espectadores y fanáticos se encuentran en un rango de entre 15 y 25 años de edad, rango mayormente conformado por mujeres interesadas en la estética oriental y los contenidos de las canciones. Existe una organización que reúne una gran cantidad de seguidores en Clubes de Fanáticos bajo el nombre de “K-POP Argentina” cuyo objetivo principal es fortalecer el diálogo cultural coreano-argentino.

Han sido registrados aproximadamente 10.000 fanáticos situados en la Ciudad de Buenos Aires, quienes se comunican a través de las redes sociales como YouTube, Instagram, Facebook, y Twitter. A pesar del rol fundamental que presentan dichas redes, los fans han manifestado la necesidad del contacto directo y personal entre sí. Por lo tanto, comenzaron a reunirse en bares y restaurantes, específicamente del Barrio Coreano. Es común que se realicen coreografías y conciertos en diferentes centros recurrentes de la ciudad, con el objetivo de realizar intercambios tanto musicales como personales. Se organizan fiestas, eventos y competencias donde los chicos cantan o bailan, se pasan videos e intercambian afiches de sus ídolos. En nuestro país estas competencias fueron creadas por el Centro Cultural Coreano.

En su investigación “El consumo del K-Pop en Buenos Aires”, la Dra. Paula Iadevito (2014) afirma que “en cuanto al impacto del K-Pop en los sectores adolescentes y jóvenes observamos que, actualmente, la sociedad transita una realidad comunicacional altamente tecnologizada, los adolescentes actuales gestan su oposición generacional identificándose con referentes y objetos culturales distintivos y exóticos para darle sentido a la ‘lucha por el reconocimiento’ propia de la edad, y a la búsqueda por definir la identidad” (p:6). Se podría explicar esta atracción y elección hacia bandas coreanas debido a la carencia de una industria consumible del mismo género en Argentina. Es importante mencionar que la mayor parte del consumo musical en nuestro país se basa en canciones extranjeras, siendo Estados Unidos el foco de interés. De esta manera, podemos comprender la forma en la que la llegada del K-POP influyó en cuanto al consumo local de géneros musicales. Parte del atractivo asiático se centra en distintos elementos, como por ejemplo, los ritmos pegadizos y la elaboración de videos de alta calidad. Además de lograr traspasar las barreras idiomáticas. Según Gabriel Pressello (2017)³, gestor del Centro Cultural

³ Disponible en <http://anccom.socials.uba.ar/2017/12/10/la-revolucion-del-k-pop-arribo-buenos-aires/>

Coreano en América Latina: “en las letras mezclan coreano con inglés, incluso español. Son estrategias de mercado: rápidamente se avivaron de que hacer estribillos en inglés era mucho más amistoso para el oído mundial que uno en coreano.” Como consecuencia, Farías menciona que muchos chicos suelen aprender las letras basándose en la fonética. Sin embargo, los videos en Youtube comenzaron a incorporar subtítulos en inglés y español por el notable número de fans en Occidente”. Como ya afirmamos, Youtube fue un factor determinante dentro del proceso de globalización del K-POP, ya que hizo capaz el acceso de videos musicales a personas de todo el mundo. Los mismos presentan unas escenografías y post producción propias del país de origen. El éxito atribuido a la inserción local de esta ‘industria cultural oriental’ va por fuera de los efectos de su comercialización, ya que involucra aspectos de interacción, colaboración, transacción intersubjetiva e intercambio de valores.

Finalmente, cabe recalcar que el K-POP permitió la creación de una imagen positiva de Corea haciendo una contraposición con el estereotipo negativo y discriminatorio impuesto sobre los coreanos que han migrado a nuestro país en los ‘80. También, favoreció la difusión de conocimientos culturales ya que éstos solían ser muy escasos. Por otro lado, hubieron casos de jóvenes argentinos interesados por dicho género musical y posteriormente, por aspectos vinculados a la historia, la política, la economía del país de origen. Más allá de las diferencias y las barreras lingüísticas y culturales, el K-POP hizo capaz la construcción de un puente simbólico entre ambos países.

Metodología

Como parte del marco analítico decidimos establecer tres variables las cuales se utilizaran para llevar a cabo un análisis y observación del objeto de estudio. Las variables utilizadas son: cultura surcoreana, conjunto de elementos, costumbres o modas provenientes de Corea del Sur que conforman su cultura; influencia cultural en argentinos, es decir, cambios producidos con la llegada de la cultura surcoreana sobre adolescentes argentinos en aspectos tanto físicos como en la formación de la personalidad/identidad; y el Estado surcoreano que mediante plataformas digitales facilita y promueve la globalización de la industria musical. Cada variable será examinada a través de dimensiones específicas de acuerdo al factor que afectan.

La cultura surcoreana se centrará en una dimensión cultural, la cual observaremos a través del entretenimiento audiovisual que engloba el K-POP, doramas, Reality Shows y películas; la vestimenta de la cual forman parte estilos como el Kpop style, urban style y soft style; y el maquillaje el cual se ha vuelto un mercado muy famoso a nivel internacional.

La influencia cultural en argentinos se enfoca en las dimensiones: social, la cual se analiza a través de preferencias de acuerdo al género, clases sociales y edad, además de la influencia en las inclinaciones de contenido audiovisual y tipo de ropa; política, en esta dimensión observamos el papel influyente que

ocupa la representación internacional a través de la Embajada de la República Coreana en Argentina; y tecnológica, en la cual nos centramos en el importante papel que las distintas plataformas de exhibición ocupan en el traspaso de los límites geográficos.

El análisis del Estado Surcoreano se orienta en las dimensiones política, económica y geográfica. Buscando estudiar el tipo de influencia y ayuda que el Estado brindó a la industria del K-pop y con qué finalidad.

Con el propósito de mejorar el enfoque de nuestra investigación, recurrimos a la incorporación de una encuesta que plantea un rango de edad de aquellos fanáticos del K-POP. Los números fueron extraídos de una encuesta realizada por Melina Mingolla, quien utilizó la herramienta de medición conocida como “Escala de Valoración del Estado de Ánimo” en 2018 a 60 personas de Buenos Aires que se presentaron de forma voluntaria.

Para llevar a cabo nuestro análisis fue necesaria la recolección de datos e información acerca de la cultura surcoreana y el impacto en la juventud argentina a través de una lectura profunda de diversos textos académicos y artículos. Debimos contextualizar en los inicios dicho país para lograr comprender el propósito de su Estado a la hora de decidir expandir mundialmente su industria audiovisual. En términos económicos, geográficos y políticos. Para ello, contamos con la oportunidad de conversar con Paula Fernández, una especialista en cultura asiática quien nos brindó descripciones de los primeros gobiernos demócratas en Corea del Sur y la fundación de la primera empresa de K-POP junto con el debut del primer grupo y sus características. Observamos la influencia del K-POP en Argentina desde un ámbito social, político y tecnológico. Con el objetivo de saber cómo es que resultó tan llamativo para adolescentes provenientes del otro lado del mundo.

Una vez hemos recopilado la suficiente información sobre aquello que buscábamos abarcar en la investigación, es decir, la historia y cultura surcoreana y el impacto en la juventud argentina, lo que se realizó posteriormente fue un ordenamiento de la data en cuestión de lo que pretendíamos expresar y corresponder a la intención de describir y justificar el tema, para ello se ha realizado el correspondiente relevamiento de datos y organización del contenido a través de fichas de registro. Luego se procedió a explicar el suceso desde lo que considerábamos sus orígenes, las causas y consecuencias, la caracterización de variables y la justificación del vínculo entre las mismas, el desarrollo de la hipótesis y la exposición de resultados.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos desarrollando la influencia que tiene no sólo el género a tratar sino la música en general en los oyentes, más específicamente en los adolescentes. Es un hecho que los estímulos musicales generan impulsos y hasta sentimientos en los receptores, y de esta idea parte Josefa Lacarcel Moreno (2003) al afirmar: “la música es capaz de estimular los centros

cerebrales que mueven a las emociones y mantienen un camino de interiorización. Al oír una canción, de cierta forma estamos poniendo en práctica nuestras capacidades mentales, forjamos hábitos de atención y se agudiza nuestra capacidad de concentrarnos” (p. 221). Otro factor influyente es el ritmo, debido a que consolida la memoria del movimiento emocional y de lo que sentimos, sin mencionar que una de las herramientas musicales que más logra conectar con el oyente a nivel emotivo es la voz, con la cual somos capaces de manifestar estados de ánimo, deseos, intenciones, etc.

Si algo caracteriza al K-POP es la energía y el sentimiento vivaz que transmite no sólo las melodías sino las performance de los idols al cantar o bailar en un video musical. No hace falta ser un consumidor de este género para notar que cada canción busca enviar un mensaje, ya sea explícito u oculto. Un ejemplo claro de esto es BTS, uno de los grupos más conocidos a nivel mundial, que a través de su música busca fomentar el amor propio y valores positivos entre los jóvenes. Es innegable la conexión emocional que surge entre el cantante y el fanático, ya sea por identificación con el artista o con la música en sí.

José Luis Díaz en su obra “Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral” (2010) utiliza la frase: “la música es esencialmente un juego de sentimiento sobre sentimiento. Se aprecia sólo en la medida que despierta el sentimiento y sólo puede ser expresada mediante el sentimiento” (p. 544)

“La música ciertamente es parte de nuestro día a día, y su impacto en los adolescentes no se puede negar” (Monleón, 2010). en su artículo “Reflexiones en torno a la utilidad de la música en la terapia psicológica con adolescentes”, debido a que son bastante frecuentes las actividades llevadas a cabo relacionadas con la música durante el uso del tiempo libre, cuando atraviesan sentimientos tales como la alegría o la tristeza, para calmarse en un estado de enojo, estrés o temor, durante la realización de tareas académicas, la ejercitación física o la reflexión. La adolescencia es en sí un período en donde el joven establece vínculos especiales con la música que escucha, convirtiéndose en una herramienta familiar, personal y consoladora, por lo que es evidente el impacto sobre factores externos, ya sea la vestimenta, el peinado, la forma de hablar, la conducta, aunque también muestra su influencia sobre la identidad del joven, por ejemplo, en la forma de comprender lo que lo rodea, los grupos de pertenencia, esencialmente, los valores, ideales, opiniones, incluso referentes.

Como ya fue mencionado, la música es capaz de modificar la forma en la que los adolescentes conocen su entorno. Afecta por tanto a su formación y a su desarrollo afectivo y social, lo cual no es novedad, sin embargo, los avances tecnológicos de estos últimos años han logrado una multiplicación en la diversidad y accesibilidad a la música, y por ésto es que un género tan novedoso como atractivo ha logrado introducirse entre adolescentes acostumbrados a otro tipo de estímulos musicales. Es así que de a poco el K-POP logra cambiar la identidad de un joven que, justamente por su condición de joven, está atravesando esa búsqueda por algo que lo identifique. Valores con los cuales pueda coincidir y defender.

En un estudio a 48 alumnos colombianos de entre 14 y 17 años, llevado a cabo por Domínguez, Muñoz & Castro (2006)⁴ concluyó en lo siguiente:

1. La música es enormemente efectiva para propagar ideas y actitudes, determinando formas de vestir, hablar, percibir la realidad y actitudes frente a los problemas sociales.
2. La música es un elemento socializador que permite al adolescente relacionarse cotidianamente con los demás. Es una fuente de socialización porque permite compartir actividades, temas de conversación y estilos de vida. Las letras de las canciones ponen palabras a sus emociones, inquietudes o anhelos y les permiten así expresarlos.
3. La música es importante en la adolescencia por la relevancia que tiene en la formación de la personalidad.
4. La música es una herramienta para conocer las posturas de los adolescentes ante determinados temas porque, a través de lo que escuchan, bailan o cantan, se expresan. Esta permite al joven olvidarse de sus preocupaciones, estresores, tristeza y lograr un estado de intimidad, experimentando a través de las canciones pensamientos y sentimientos. Constituyendo, además, un elemento para combatir la soledad y amenizar otras actividades como lectura, ejercicio, transporte, etc. (p. 7)

Podemos afirmar que la música es una herramienta que produce un efecto socializador directo e indirecto, y al mantener una cultura no tan alejada, podemos concluir que los puntos anteriores también pueden aplicarse en adolescentes argentinos.

El consumo del K-POP en Buenos Aires forma parte del proceso de globalización cultural. Teniendo en cuenta que el gobierno argentino impulsó el proceso de diversidad cultural mediante la implementación de políticas.

El encuentro con el K-POP en Buenos Aires generalmente se considera espontáneo, sin embargo, los jóvenes quienes simpatizan con el género manifiestan una previa atracción por diferentes formas de expresión cultural y artística proveniente de Asia, algunas menciones podrían ser animé, mangas y la gastronomía oriental.

Tal como mencionamos, plataformas como Youtube, principalmente, Netflix, Instagram, Twitter, y Amazon Prime facilitaron la expansión, aunque anteriormente se dio la difusión a través de series. Actualmente con YouTube al estar viendo un video, en simultáneo van apareciendo recomendaciones de otros videos populares similares y va fluyendo.

Si tuviéramos que basarnos en un rango de edad para hablar de aquellos fanáticos argentinos del K-POP, tuvimos en cuenta los resultados cuantitativos obtenidos de una encuesta realizada por Melina Mingolla, utilizando la herramienta de medición conocida como la "Escala de Valoración del Estado de Ánimo" en 2018 a las 60 personas que se presentaron de forma voluntaria, sólo un 5% tienen 15 años,

⁴ Disponible en:

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7221/TP_FlorLilianaJimenezMoreno_2018pdf?sequence=4

es decir, 3 personas de esa edad son hombres. 1,7%, tienen 16 años y solo 1 persona es hombre. Con respecto a la edad de 17 años, tenemos un 6,7%, 4 personas, de las cuales tres son mujeres y un hombre. De 18 años, un 10%, son seis mujeres. De 19 años, 16,7%, es decir, 10 personas, en donde la mitad son hombres y la otra mitad mujeres. De 20 años, 8,3%, 5 personas, en donde cuatro son mujeres y tenemos un solo hombre. De 21 años un 13,3%, 8 personas, en donde dos son mujeres y el resto hombres. De 22 años un 11,7%, es decir, 7 personas, en donde tres son mujeres y cuatro son hombres. De 23 años 8,3%, es decir, 5 personas, siendo un hombre y cuatro mujeres. De 24 años un 6,7%, un total de 4 personas, todas mujeres. Finalmente, de 25 años un 11,7%, que nos da un total de 7 personas, donde tenemos dos mujeres y cinco hombres.

Moviéndonos hacia las medidas implementadas por el país asiático, uno de los desafíos más importantes que enfrenta la industria coreana es cómo promover el proceso de modernización de manera equilibrada. Se produjo un cambio en la capacidad de poder manejado por el Estado, el cual no se vincula únicamente con el hard power o las capacidades duras, es decir, medios militares y económicos, sino que abarcan aquellas técnicas del soft power o capacidades blandas. Según comenta Joseph Nye (1990), en su libro "Soft Power: The Means To Success In World Politics": "algunos estados asiáticos han optado por la implementación del soft power, habilidad de atraer a distintos países mediante la cultura, las instituciones, las ideas, la política, etc. Debido a la interdependencia económica, la disminución del interés en utilizar el poder militar y el poder económico como medio de coerción y conquista. Por otro lado, la educación, la cultura y la tecnología funcionarían como mecanismos que presentan la capacidad de cambiar el comportamiento nacional." (p. 65) En los últimos años, Corea del Sur ha logrado integrarse de manera global a través de mecanismos blandos en los cuales se prioriza la economía y se intenta establecer una imagen nacional a un nivel internacional.

Corea del Sur decidió implementar la estrategia de soft power a través del Hallyu. Con intención de fomentar la industria cultural a través de la elaboración, comercialización y promoción de aquel producto que abarcaba desde películas, contenido audiovisual, música, etc. De esta forma, dicho país da paso al surgimiento de la información como factor fundamental de la sociedad, al igual que su integración a la misma. La crisis de 1997 había causado un cambio en las medidas económicas de Corea del Sur, por lo que se implementaron diversas políticas neoliberales que motivaron al gobierno a invertir en las tecnologías y la cultura en gran proporción. En este punto, el Estado comienza a ser partícipe y a apostar por la ola cultural coreana o Hallyu.

El gobierno dio origen a Korea Culture and Content Agency, una agencia gubernamental destinada al manejo, desarrollo y avance tanto nacional como internacional del contenido cultural coreano a través de las industrias creativas culturales. De esta forma, también resaltó la necesidad de crear una identidad cultural nacional, la importancia del apoyo público para los productos culturales y la importancia de enfatizar las industrias culturales como un medio esencial de creación de riqueza nacional. Así es como

comenzamos a evidenciar un apoyo más marcado por parte del gobierno surcoreano sobre las industrias a finales del siglo XX, lo que ayudaría a consolidar una imagen internacional de Corea por medio de su nueva marca nacional. La liberación de los medios de la región asiática constituyó uno de los primeros pasos hacia la consolidación de la industria cultural del Hallyu, lo que abrió paso a las primeras exportaciones a audiencias de otros lados del continente asiático.

Tal como mencionamos anteriormente, las medidas tomadas por el gobierno para reconstruir la economía de Corea del Sur fueron orientadas a la exportación de un nuevo mercado global. El producto cultural que logró la mayor expansión es el K-POP, el cual no se limitó al alcance del sudeste asiático sino que su éxito mundial provocó una centralización del desarrollo de la tecnología. Esta atracción por la mezcla visual y musical, ha generado el cambio del consumo de una gran cantidad de contenido musical japonés a un mayor consumo de música proveniente de Corea del Sur. Según Sisa Journal, algunas personas llaman al Hallyu la “ruta de la seda digital” por su capacidad de utilizar plataformas digitales para llevar el contenido cultural al resto del mundo.

Hasta la década de 1980, se ha buscado mejorar la capacidad de aprender e integrar tecnología importada tanto como sea posible. Esto se logró ya que otro factor que resultó captar la atención del público occidental es el avance tecnológico y la superproducción en los videos. Éstos resaltan debido a la estética caracterizada por las tinturas color fantasía en los cabellos y el uso de lentes de contacto de diferentes estilos. Además, en comparación con los videos pop tradicionales, suelen ser vívidos, coloridos y extravagantes, haciendo énfasis en complejas coreografías. Es decir que una de las características que hace al K-POP tan llamativo es la perfección visual ya que las empresas la buscan en cada mínimo detalle del artista incluida la apariencia y la vestimenta, sumando los exquisitos efectos visuales de conciertos y videos musicales. Debido a que la imagen es sumamente importante, la mayoría de cantantes deciden realizar operaciones estéticas en párpados, nariz, labios y pómulos. Corea del Sur es uno de los primeros países en cirugía plástica. Generalmente buscan alcanzar el estilo occidental con ciertos rasgos de la moda asiática queriendo parecerse a personajes de anime.

Presentando escenas típicas y postproducción en el país de origen, Corea del Sur sabe aprovechar los avances tecnológicos, y hoy esto se puede ver en el éxito de uno de los grupos más reconocidos del mundo, en virtud de generar aproximadamente US \$ 3,63 millones en ingresos para el país cada año, además de su contribución a la industria del turismo, según datos de la Agence France-Presse, estamos hablando de Bangtan Sonyeondan (BTS). Ocupando el lugar más alto en rankings, vistas de YouTube y oyentes de Spotify, sin mencionar que también fueron invitados a hablar en las Naciones Unidas (ONU) y se convirtieron en la portada de las revistas Times y Vogue. A pesar de la popularidad internacional que dicho grupo ha adquirido, se debe tener en cuenta que el Estado surcoreano presenta un rol fundamental en términos de globalización, haciendo posible la expansión del K-POP enriqueciendo la industria cultural de Corea.

Un claro ejemplo del impacto de BTS en la sociedad argentina ha sido la presentación de tres películas en la pantalla grande. La primera, titulada "Burn the Stage: The Movie", proyectada en Noviembre de 2018, la segunda cuyo nombre es "Love Yourself in Seoul", salió en Enero de 2019 y la tercera ha sido "BTS Bring The Soul: The Movie", estrenada en Agosto del mismo año. Cada una de estas logró llenar de fans la sala de cine, demostrando la pasión por los integrantes del grupo y la música que producen. Además, en Octubre de 2020 se estrenó en Netflix un documental de BLACKPINK, el grupo femenino surcoreano más famoso del momento, llegando a las 500 millones de reproducciones en su último sencillo. En el documental se muestra el transcurso a la fama y aspectos de la vida personal de cada una de las cuatro miembros; junto con fragmentos de su inolvidable actuación en el festival Coachella 2019. La intención del mismo es hacerse conocer un poco más ante su audiencia, demostrando el esfuerzo que conlleva ser un idol y el trasfondo de su imagen. Un detalle no menos importante acerca del grupo mencionado es que han colaborado con grandes artistas de Occidente tales como Selena Gomez y Lady Gaga, logrando visualizaciones y escuchas por todo el mundo.

El éxito local de esta "Industria Cultural Oriental" va más allá del impacto de su comercialización, debido a que involucra interacción, colaboración, transacciones intersubjetiva e intercambio de valores. Finalmente, cabe señalar que han marcado contraste con los estereotipos negativos y discriminatorios impuestos a los coreanos que inmigraron a nuestro país en la década de 1980, el K-POP creó una imagen positiva de Corea.

Conclusiones

En rangos generales, los resultados observados y adquiridos mediante el uso de herramientas y análisis de fuentes externas nos permiten responder las preguntas con las cuales decidimos partir en un principio. Explicar este fenómeno tan interesante desde una mirada abarcativa y teniendo en cuenta no sólo factores culturales sino sociales de dos naciones totalmente diferentes que, gracias a las medidas aplicadas por el gobierno surcoreano, se ha podido establecer un puente cultural que ha llegado para quedarse y seguir desarrollándose, debido la creciente producción cultural que se encuentra en simultáneo con su respectivo consumo. Hasta este punto, somos capaces de afirmar la veracidad de la hipótesis a partir de las diversas justificaciones que hemos brindado a lo largo de la investigación. Si bien las plataformas audiovisuales juegan un rol fundamental para el reconocimiento internacional de la cultura, también se debe reconocer el mérito al sector consumidor, a los adolescentes y jóvenes que hacen posible la unión y permiten consolidar una relación de "ida y vuelta" con el producto. Una persona no se vuelve fan del K-POP sólomente por descubrir el género sino por expandirlo y darlo a conocer en su círculo más cercano, sumado al hecho de que son cada vez más frecuentes las reuniones entre fans que captan la atención de los sectores más adultos de la población. Debemos mencionar que el interés por parte de los jóvenes argentinos es una cuestión multifactorial que va no solamente de lo visual o

sonoro, sino de lo expresivo y sentimental como desarrollamos con anterioridad. Muchos son los elementos que incluye el K-POP que lo hacen tan atractivo para quien no acostumbra a su consumo, y es ésto mismo en lo que las empresas buscan enfocarse, lo que da como resultado un producto casi perfecto, estudiado y elaborado minuciosamente. Es de esta forma que podemos afirmar que el K-POP es la consecuencia de la necesidad de Corea del Sur de darse a conocer internacionalmente, de conformar una identidad clara y potente para el exterior y tener una fuente de exportación que se pueda aprovechar en su totalidad.

Apartado Crítico

Al realizar esta investigación, fueron tomados en cuenta todos los puntos de análisis que nos hemos propuesto indagar. En cuanto a los métodos utilizados, hubiese nutrido mucho más nuestro desarrollo la realización de observaciones en persona de lugares físicos en donde se realizan encuentros de fanáticos del K-POP en Buenos Aires. Por ejemplo, acudir a la llamada K-POP Revolution, un evento que reúne cientos de personas y que cuenta con dos escenarios que permiten que los “kpopers” realicen las coreografías de los grupos surcoreanos. De esta manera, podríamos ser testigos del entusiasmo que dicho género musical produce en los adolescentes argentinos. Sumando que conversar con algunos de ellos y saber qué opinan acerca de la cultura surcoreana y el gran impacto que ésta genera hubiese resultado beneficioso. Sin embargo, por la cuarentena obligatoria implementada debido al Covid-19, no pudo llevarse a cabo. Igualmente, consideramos que se han determinado e investigado correctamente aquellos factores esenciales para cumplir los objetivos propuestos ya que tuvimos la oportunidad de dialogar con una especialista en cultura asiática quien nos brindó información histórica de Corea y los inicios del Hallyu. Llegando finalmente a la conclusión de que el Estado Surcoreano ha sido fundamental para la globalización de la industria musical de Corea junto con plataformas digitales que facilitan la conexión internacional haciendo posible la llegada a Occidente. Por lo tanto, manifestando nuestras propias consideraciones, creemos que podemos observar al K-POP más allá de un producto. A pesar de que los artistas que conforman los grupos son estrictamente entrenados y es calculado cada mínimo detalle en busca de la perfección visual, sirvió como estrategia para cambiar la visión negativa que muchas personas poseían de Corea del Sur. Además, fue una gran manera de incluir cada vez más contenidos provenientes de Asia cambiando la percepción y pensamientos xenófobos que muchos solían presentar. Gracias a la popularidad que el K-POP ha ido obteniendo en estos últimos años, cada vez son más lo que se dan una oportunidad de informarse acerca de una cultura tan distinta a la nuestra, dejando de lado los prejuicios. Muchos jóvenes han manifestado a través de las redes sociales que encontraron en el K-POP un apoyo emocional donde las letras de sus canciones expresan tal cual lo que los sienten en esta etapa tan determinante de la vida. Logrando a partir de este género, determinar

aspectos de su personalidad y conocer personas con gustos similares con el fin de disfrutar y expandir sus preferencias musicales.