



UNIVERSIDAD DE CHILE
INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN
ESCUELA DE PERIODISMO

“CHILENOS ADOPTANDO ASIA: COREA DEL SUR Y JAPÓN”
MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Francisca Almendra Collao Kehr
Mónica Alessandra Rivera Oyanadel

Profesor Guía: Rafael Del Villar Muñoz

Santiago, Chile

Julio de 2015.

Agradecimientos

Al finalizar este trabajo una sensación de nostalgia y melancolía nos envuelve, haciendo necesario agradecer por todo el apoyo prestado por ciertas personas que hicieron posible que esto funcionara y saliera a la luz:

Primero que todo, gracias a Dios por darnos la fortaleza durante el desarrollo de este trabajo.

A nuestras familias, quienes con su preocupación y apoyo incondicional lograron aplacar tantas horas de sueño y hambre, además de la contención emocional que requiere un trabajo de largo aliento como este. Sin duda nuestras madres Elizabeth Kehr y Laura Oyanadel jugaron un rol fundamental en la realización de esta Memoria de Título. Al padre de Francisca, Pedro Collao, por su apoyo emocional. No podemos dejar de mencionar a nuestros hermanos María José Rivera Oyanadel y Simón Collao Kehr y a la tía de Mónica, Alicia Oyanadel por aportar con sus buenos sentimientos y energía.

Gracias a nuestro Profesor Guía, Rafael Del Villar, quien con sus consejos, aportes y comentarios colaboró más allá de la docencia. A pesar de encontrarse tan lejos de nosotras durante el último periodo, continuó a nuestro lado sin importar la diferencia horaria. Es muy significativo para nosotras que haya decidido acoger este trabajo de investigación una eminencia como él.

Gracias a todas nuestras amistades, especialmente a Cecilia Cabello y Manuel Toledo-Campos, por contribuir activamente en la realización de esta Memoria por medio de comentarios que nos ayudaron a redactar de mejor forma y por la confianza que siempre pusieron en nosotras.

Gracias a la comunidad de la Parroquia Nuestra Señora del Olivo por siempre orar para que esto resultara a tiempo y de la mejor forma posible. Por todos los agentes pastorales que dieron una palabra de ánimo cuando las energías decaían y por la alegría sincera que sabemos tienen al ver este trabajo terminado.

Finalmente, gracias a todos quienes con su testimonio colaboraron en la realización de esta Memoria de Título. Sin ustedes nada de esto sería posible.

Francisca Collao Kehr y Mónica Rivera Oyanadel

Santiago-Chile, julio de 2015.

INDICE

Capítulo 1. Intercambio cultural entre Japón y Corea del Sur con Chile.	6
1.1 Causas y Evolución.	6
1.1.1 Apostando a las masas: Una jugada hacia el mercado del entretenimiento	14
1.2 Corea y Japón: Impregnando los corazones chilenos.	21
Capítulo 2. La producción de cultura asiática.	24
2.1. La creación de productos culturales para potenciar la posición nacional en el mercado mundial.	24
2.1.1 Antecedentes históricos	24
2.1.2 El establecimiento de una Marca País en el escenario mundial: La internacionalización de la imagen asiática como un producto cultural	26
2.1.3 De Corea del Sur para el mundo.	35
2.1.4 La importancia del Artículo 9.	40
2.1.5 El caso de G-Dragon y Kiko Mizuhara.	43
2.1.6 Las diferentes agencias de entretenimiento de Corea del Sur y Japón: La historia de las grandes corporaciones	44
2.1.7 Las productoras chilenas y la música asiática	51
2.1.7 Japón y Corea: El versus bajo las cámaras.	52
2.2. Profesionalizando los talentos: ¿Cómo vivir de lo que me gusta?	55
2.2.1. De Otakus a K-popers desde la mirada comercial.	55
2.2.2. Del Teatro a la Disco.	60
2.3. Suprimir el costo del espacio: Las posibilidades del comercio virtual.	62
2.4 Individualismo versus crecimiento personal: El atractivo nicho comercial de las artes marciales.	67
2.4.1 Público fiel y reducido, único negocio disponible: Ganancias aseguradas.	69
2.4.2 El sacrificio de la filosofía por el mercado cultural.	71
2.4.3 “Dojo y familia”: el negocio de un chileno	73
2.4.4 La filosofía oriental al servicio de la sociedad chilena.	78
2.4.5 El karate y su filosofía como modo de vida.	80
2.5 Talento en venta: Artistas al servicio del fanatismo.	87
2.5.1 El descubrimiento de los monos chinos.	87
2.5.2 No es infantilismo: ¡Tengo un gusto diferente, mamá!	92

2.5.3 Del patio al escenario: El nacimiento de una Anisong.	95
2.5.4 Ver el talento como una oportunidad laboral: Expandiendo los horizontes.	100
Capítulo 3. Doramas: la evolución de la telecebolla asiática	121
3.1 Transmisión de discurso a través de la TV: Modelo de vida asiática.	121
3.2 ¿Qué estoy viendo?: Desde compartir experiencias hasta adquirir un hábito.	122
3.3 Disfrutando del otro lado del Pacífico desde la pantalla del computador.	124
3.4 La importancia de los grupos virtuales en la masificación del drama asiático.	125
3.5 Emprendimiento versus la ilegalidad: vendedores online de dramas.	131
3.6 Las responsabilidades de la expansión cultural: Sincretismo versus aislamiento.	132
Capítulo 4. Proyecciones de la música asiática en Chile: consumidores y errores.	139
4.1. Cómo se distribuyen hoy los fanclubs del K-pop en Chile.	139
4.2. Cómo se distribuyen los fanáticos de la música japonesa y del manga/anime	143
4.3. El panorama actual de la música asiática en Chile: ¿Estamos ante el declive?	145
4.4. Conflictos: Diferencia de comportamiento entre los fans de J-music y K-pop	146
4.5: “La farándula del K-pop”: La historia de Confiésalo K-pop Chile, ex Confiésalo GAM/Borja.	148
4.5.1 “El Confiésalo” como una radiografía del K-pop en Chile.	154
4.5.2 Muchos tipos de fanáticos.	155
Capítulo 5. Adopción y atracción cultural de chilenos por Japón y Corea del Sur.	205
5.1. La apertura de mercados (TLC) como co-ayudante en la expansión cultural.	205

5.2. La identificación con un par: imperatividad y conciencia de grupo.	207
5.3. Reflexiones finales.	211
5.4. Los productos culturales asiáticos y su proyección en Chile: el cambio necesario en los fanáticos.	212
<i>Anexo 1. Definiciones de dorama y elementos que complementan a los antecedentes históricos planteados en la tesis.</i>	214
Referencias bibliográficas	251
<i>Anexo 2. GLOSARIO.</i>	252
<i>Anexo 3. BIBLIOGRAFÍA.</i>	256

Capítulo 1. Intercambio cultural entre Japón y Corea del Sur con Chile.

1.1 Causas y Evolución.

Los chilenos han presenciado cambios culturales durante las últimas décadas. Entre ellos, la revolución del Internet y la globalización¹ que han permitido que diferentes rasgos propios de otros países se inserten en la cotidianidad del chileno común.

Sin embargo, ya no se puede decir que los habitantes de Chile sólo han sido influenciados por la cultura mapuche (y otras similares), la española y los diferentes países de los que provinieron colonos europeos.

Los chilenos se han podido acercar a otras nacionalidades – poco comunes en nuestro territorio pero con presencia cada vez más fuerte en lo cultural y económico- gracias a la comida como primer factor: En un ejercicio simple, en el sitio especializado en turismo nacional www.800.cl, se encuentran más de 225 restaurantes de comida japonesa, 80 de comida china y 10 de comida coreana repartidos en toda la ciudad de Santiago². Considerando que en nuestro país existen más de 1.010 restaurantes vinculados al turismo³, podemos asegurar que al menos el 30% de ellos es de comida asiática.

1 Para el autor del libro "Identidad Chilena", Jorge Larraín, "La globalización se refiere a la intensificación de las relaciones sociales universales que unen a distintas localidades de tal manera que lo que sucede en una localidad está afectado por sucesos que ocurren muy lejos y viceversa (...) No se entiende sólo a nivel de la economía sino que cubre una multiplicidad de otras dimensiones sociales y culturales. (...) La globalización cultural es especialmente relevante para la identidad". (Larraín: 2014, p. 47)

2 800 (<http://www.800.cl>) Consultado el 19 de octubre de 2014.

3 INE-Informe Anual 2013 Turismo.

A través de esto se observa un claro ejemplo de sincretismo cultural al corroborar que los ingredientes de estas recetas son adaptados a nuestros recursos: al sushi se le añade palta, ingrediente imposible de encontrar en la comida japonesa, y en los restaurantes de comida coreana existe como opción el comer platos con una cantidad regulada de picante.

Siguiendo con el primer ejemplo, hace unos años comer sushi era sinónimo de poseer cierto status, porque en ese tiempo no era un alimento común y los precios eran más altos que los actuales. Ciertos grupos se diferenciaban del resto al poder “comer con palitos”, pero hoy en día este tipo de “comida rápida” ha pasado a ser un *snack* que se puede encontrar en cualquier mesa chilena y en muchos lugares de comunas como Providencia o Santiago, siendo parte de la dieta habitual de ejecutivos y hasta de estudiantes universitarios.

Es así como se presenta también un escenario totalmente diferente en el que los mismos chilenos han aprendido a hacer su propia comida oriental, en base a ingredientes que compran en tiendas cercanas, lo que hace que las preparaciones no sean tan difíciles y que cualquiera pueda llegar a decir “yo sé cocinar mi propio sushi”, lo que llegaría a brindar “cierto plus” frente a los ojos de algunas personas. Junto con esto, en el Barrio Patronato de Santiago existen supermercados en los que se puede comprar ingredientes de origen coreano y chino y cada vez son más las personas que prueban los productos de este tipo de negocios. Además, ha habido una gran apertura en los medios de comunicación hacia estos establecimientos: es común ver algunas notas periodísticas en la televisión chilena referentes al tema.

Bajo este escenario de mezcla cultural, se llega al concepto de interculturalidad que “incluye dimensiones cotidianas, a veces personales, de extrañamiento frente a la alteridad, desigualdades sociales, así como dimensiones políticas, grupales y estatales, de reconocimiento e igualdad.” (Grimson, 2000b: 16).

Y es que en Chile no sólo se realizan prácticas cuyo origen es occidental, sino que también las personas se han visto influenciadas por corrientes provenientes de otras partes del mundo como, por ejemplo, Asia Pacífico. El fenómeno de la interculturalidad ha derivado en que algunos chilenos se sientan identificados con una cultura diferente a la propia que - a su vez- se originó a partir de la mixtura de principalmente dos culturas.

La interacción cultural con -en este caso- Corea del Sur y Japón se da en el preciso momento en el que los inmigrantes asiáticos deciden asentarse en nuestro país, acomodando sus costumbres a las nuestras pero, en la mayoría de los casos, atesorando la cultura con la que llegaron. Sin ir más lejos, según datos del SERNATUR, el año 2013 llegaron a Chile 127,1 millones de personas provenientes del nordeste asiático, lo que equivale a cerca del 11,7% del total de llegadas internacionales de todo el mundo a nuestro país⁴.

Todo esto se ha visto enormemente potenciado por las buenas relaciones económicas que existen entre Chile y el continente asiático, las que vieron su punto culmine luego de la firma del acuerdo de ingreso al Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC)⁵. Gracias a esto, los productos manufacturados del otro lado del océano pudieron llegar a precios nunca antes vistos en este lado

4 INE- Estadísticas generales actividad turística SERNATUR 2013

5 Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico

(<http://www.extranjeria.gob.cl/media/2014/04/Solicitud-ABTC.pdf>) Consultado el 20 de octubre de 2014

y las materias primas que provee Chile también pudieron bajar su costo en Asia. Este trueque económico significó para el país una puerta abierta para el ingreso no sólo de productos o bienes, sino también de la cultura de los países suscritos, lo que incluye mucho más que la gastronomía o las costumbres de ellos.

Es así como no solamente es posible encontrar gente aficionada a la animación y a la música que proviene de esos confines, sino a personas que han optado por seguir diferentes tendencias y creencias desde Oriente, las que aplican en su diario vivir.

Al ser prácticas adoptadas por parte de chilenos, bastante alejados geográficamente de esos países, cuya aceptación depende del elemento o tendencia que eligieron seguir, es interesante contar una buena cantidad de historias para poder conocer cómo se impregnaron de un sentir totalmente diferente al que se encuentra en países del cono sur latinoamericano.

La sociedad chilena, desde la conquista española, se ha nutrido de distintos grupos socioculturales para finalmente originar una mixtura de rasgos. A partir de este punto se hace difícil determinar la verdadera “identidad chilena” o una serie de características que permitieran definirla como tal.

Para Jorge Larraín, la identidad nacional estaría construida por las características más dominantes y las “mejores” tradiciones de las etnias sobre las que se fundaron los países, lo que involucró una selección de tales elementos que se hizo por parte de las clases más dominantes (Larraín, 1994). El ejemplo más claro del dominio de clase fue la exclusión de nuestras lenguas nativas bajo la supremacía de la lengua española.

Así es como se explica la facilidad que presenta Chile como pueblo para adoptar rasgos de otras culturas como la incaica, la hispana, la árabe y -como lo que se pretende estudiar evidenciar en esta investigación- la asiática.

Pero primeramente ¿qué es la identidad? Continuando con lo expuesto por el autor anteriormente señalado, en cuanto recalca que “un significado más adecuado de identidad deja de lado la mismidad individual y se refiere a una cualidad o conjunto de cualidades con las que una persona o grupo de personas se ven íntimamente conectados. En este sentido la identidad tiene que ver con la manera en que individuos y grupos se definen a sí mismos al querer relacionarse - «identificarse»- con ciertas características. Esta concepción es más interesante para científicos sociales porque aquello con lo que alguien se identifica puede cambiar y está influido por expectativas sociales (...) La identidad cualitativa responde a la pregunta acerca de lo que a cada cual le gustaría ser. La respuesta a esta pregunta puede estar influida por el pasado, pero se refiere básicamente al futuro”. (Larraín: 2014, p. 27)

Además, Jorge Larraín propone tres elementos constitutivos para la construcción de la identidad, dentro de esto se encuentra lo siguiente: “Primero, los individuos se definen a sí mismos, o se identifican con ciertas cualidades, en términos de ciertas categorías sociales compartidas. Al formar sus identidades personales los individuos comparten ciertas lealtades grupales o características tales como la religión, género, clase, etnia, profesión, sexualidad, nacionalidad, que son culturalmente determinadas y contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad. En este sentido puede afirmarse que la cultura es uno de los determinantes de la identidad personal. Todas las identidades personales están enraizadas en contextos colectivos culturalmente determinados. Así es como surge la idea de identidades culturales. Cada una de estas categorías compartidas es una identidad cultural. Durante la modernidad las identidades culturales que

han tenido mayor influencia en la formación de las identidades personales son las identidades de clase y las identidades nacionales.” (Larraín: 2014, p. 29) Luego de eso habla del elemento material que dice relación con el cuerpo y posesiones “capaces de entregar al sujeto elementos vitales de autorreconocimiento”. (Larraín: 2014 p, 29)

En tercer lugar, el sociólogo propone que “(...) la construcción del sí mismo necesariamente supone la existencia de «otros» en un doble sentido. Los otros son aquellos cuyas opiniones acerca de nosotros internalizamos. Pero también son aquellos con respecto a los cuales el sí mismo se diferencia y adquiere su carácter distintivo y específico. El primer sentido significa que «nuestra autoimagen total implica nuestras relaciones con otras personas y su evaluación de nosotros». El sujeto internaliza las expectativas o actitudes de los otros acerca de él o ella, y estas expectativas de los otros se transforman en sus propias expectativas. El sujeto se define en términos de cómo lo ven los otros. Sin embargo, sólo las evaluaciones de aquellos otros que son de algún modo significativos para el sujeto cuentan verdaderamente para la construcción y mantención de su autoimagen. Los padres son al comienzo los otros más significativos, pero más tarde una gran variedad de «otros» empiezan a operar (amigos, parientes, pares, profesores, etc.)” (Larraín: 2014, p.31)

Pero Jorge Larraín también expone sus apreciaciones acerca de la “identidad colectiva” y cómo ésta se relaciona con las identidades personales señalando que las dos“(...) están interrelacionadas y se necesitan recíprocamente. No puede haber identidades personales sin identidades colectivas y viceversa (...) Las personas no pueden ser consideradas como identidades aisladas y opuestas a un mundo social concebido como una realidad externa. Los individuos se definen por sus relaciones sociales y la sociedad se reproduce y cambia a través de acciones individuales.” (Larraín: 2014, p.34)

Por otra parte, dentro de los especialistas en psicoanálisis y estudios relacionados con la mente del ser humano, no podemos dejar pasar a uno de los grandes revolucionarios y padre en la materia: Erich Fromm. Al consultar sobre lo que él considera como algo normal (o sano) en un individuo, volvemos a remitirnos a lo que la sociedad espera que seamos.

Para el siquiatra, existen dos maneras claras en las que se puede definir: desde el funcionamiento o desde el individuo. Desde el funcionamiento, una persona es normal cuando puede cumplir con el papel social que le ha tocado. Desde el individuo, lo es cuando alcanza el grado óptimo de expansión y felicidad individuales. Según este postulado, una persona normal socialmente se habría despojado de su personalidad verdadera para poder ser lo que otros quieren que sea, por esta razón, sería una persona menos sana que un neurótico, quien no está dispuesto a someterse y no mutila su real yo. (Fromm, 1941)

Sin embargo, para poder alcanzar la felicidad, uno de los aspectos fundamentales hace relación con conocer exactamente cuál es la naturaleza que queremos perfeccionar y a través de la cual la lograremos (Spinoza, 2006). Este conocimiento se logra siempre y cuando tengamos conciencia de lo que creo que soy y eso también se logra a partir de la opinión que los demás emitan sobre mí.

Para Serge Moscovici, la forma en la que nos representamos socialmente sólo puede ser una de las formas en el que captamos el mundo concreto. Proviene de observaciones, de su análisis y de las conclusiones que puedan resultar de éstas. En este sentido, la imagen que proyectamos hacia los demás es el reflejo externo de lo que es nuestra realidad interna.

Estas imágenes, sin embargo, no se generan espontáneamente, son "impresiones que los objetos y las personas dejan en nuestro cerebro", con el objeto de mantener lo que ha sucedido en el pasado y dar una continuidad a lo que nos rodea. "Los puntos de vista de los individuos y de los grupos son encarados tanto por su carácter de comunicación como por su carácter de expresión." (Moscovici, 2002). De esta manera, podemos encontrar jóvenes a los que es posible encasillar en un estilo determinado sólo por su manera de vestir o de mostrarse frente a los demás, pero a la vez revela que esto no es algo pasajero, sino que responde a una intencionalidad identificatoria que respondería a una metamorfosis de cambios que se da desde mucho tiempo atrás.

Para Grimson (2000), la cultura nos constituye como seres humanos, por lo que si nos impregnamos de rasgos culturales asiáticos y los incorporamos a nuestra cotidianeidad, nos identificamos en un sincretismo. Hay chilenos que conscientemente hacen propias en su diario vivir estas actitudes, creencias o acciones características de sociedades como la japonesa y la surcoreana, repercutiendo en su identidad.

El sentimiento de pertenencia al país se ve puesto en jaque cuando la cercanía a lo oriental se hace más evidente, y el individuo se encuentra en una pugna entre lo que es propio y lo que no. Pero si la cultura que se consume se hace cotidiana, ¿cuál es la identidad del sujeto que realiza la acción? Desde el punto de vista de Larraín, como ya se mencionó anteriormente, la formación de la identidad dice relación también con las posesiones materiales. Por lo tanto, ¿podríamos decir que un fan del K-pop que es coleccionador – de discos de algún grupo surcoreano y de otros objetos provenientes del mismo país- puede hacer de esta práctica algo que se añade a su identidad como sujeto? Pareciera que sí.

1.1.1 Apostando a las masas: Una jugada hacia el mercado del entretenimiento

La necesidad de encontrar una identidad se hace urgente en un periodo especialmente vulnerable en las personas, como lo es la adolescencia. Esto significa una oportunidad cuando se busca un nicho que pueda mantener su fidelidad a lo largo de muchos años. En este punto de inflexión es importante dar cuenta de las actividades que testifican el consumo cultural del que se hace parte aquel individuo e indagar en las causas que provocaron que éste se sintiera atraído por una cultura externa a la nacional.

Esto no es algo que se haya descubierto recientemente o que sea propio de otros países: cabe señalar que el Senado de la República aprobó la medida de incorporar en las radios un veinte por ciento de música chilena⁶, lo que explicita una política pública que apuesta en favor del mercado cultural nacional por sobre el extranjero. Sin embargo, la exigencia para sobreponer “lo propio” por sobre “lo otro” habla, al menos, de una inseguridad sobre la protección al mercado cultural chileno.

Esta disputa se hace imposible de evitar en medios de comunicación interconectados globalmente como lo son las redes sociales, y es justamente a través de estos espacios que la cultura asiática se hace popular. La cercanía a oriente se masifica y se consume como un bien cultural a través de distintos canales y, por lo general, del mismo modo que llega a los individuos. Cada uno de

6 Terra (2014, 18 de junio). Senado aprueba ley del 20% de música chilena en las radios. Terra, sección Música. Consultado el 18 de junio de 2014 en la WWW: <http://musica.terra.cl/senado-aprueba-ley-del-20-de-musica-chilena-en-las-radios,4f7ecd0aae0b6410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>

ellos encuentra un punto de cercanía con este mundo, que es desconocido para muchos, de la misma manera en cuanto sus gustos son tocados por él.

Pero cuando buscamos una forma segura y potente de vincular a las masas con un objetivo juvenil, en lo primero que se piensa, es en la música. Esta no es una afirmación al azar: según el Primer Boletín del Área de Estudios del INJUV, más del 47% de los jóvenes prefiere escuchar radio en sus tiempos libres⁷. Muchos de los actuales consumidores han encontrado en la música su vía de acceso a un mundo del entretenimiento que es atractivo en diferentes plataformas: la televisión o el cine se transforman en el siguiente paso.

Cualquiera sea la primera aproximación a Japón o Corea del Sur, es importante estudiar el por qué se convierte -para los seguidores de las expresiones culturales de estos dos países- en algo que no pueden alejar de sus vidas y por qué para ellos representa parte de lo que ellos son, de su identidad como personas. Quizás la cotidianeidad de lo asiático se ligue a un aspecto mucho más afín a ellos que lo que ofrece Occidente, y se satisfagan de mejor manera las aspiraciones y necesidades de los individuos que siguen estas tendencias.

Los Tratados de Libre Comercio firmados con Chile han permitido que productos que originalmente se encuentran a kilómetros infranqueables de distancia por el Pacífico, hoy sean más fáciles de conseguir y a precios nunca antes estipulados. A partir de la llave que ofrece la economía, nuestro país ha visto con buenos ojos la inclusión de Asia en nuestro propio proceso de desarrollo.

7 INJUV (2014, junio) Primer Boletín Área de Estudios. Consultado el 20 de octubre de 2014 en la WWW: http://www.injuv.gob.cl/portal/wp-content/files_mf/boletinestudios.pdf

La tecnología ha propiciado que los productos asiáticos entren con fuerza a nuestros hogares, como algo normal, dejando atrás los altos costos que tendría la manufactura nacional. Sin embargo, como se señaló anteriormente, esta protección no se repite con respecto a la industria cultural, sabiendo que además los países latinoamericanos cuentan con mucho menos recursos a la hora de querer desarrollar este tipo de proyectos, sustentado esto también en mercados más pequeños, y con menos público potencial con poder adquisitivo para formar parte de esta industria.

El rechazo de la mayoría de la población chilena con respecto a los movimientos culturales ofrecidos por países asiáticos, eso sí, puede deberse a que suponen que lo oriental no tendría la calidad ofrecida por el producto nacional, o a que las comparaciones son muy fuertes y hacen que sea difícil ver con los mismos ojos los productos de ambos lados del Pacífico.

Posiblemente, esto se puede inferir a través de los datos de consumo de cine oriental en Chile. Según el texto “Resultados del Espectáculo Cinematográfico en Chile 2013”⁸, sólo se exhibió una película asiática en todo el 2013 en las salas cinematográficas chilenas. La película habría recaudado \$671.024.810, suma que se contrapone con los \$52.615.154.974 que sumaron las cintas provenientes de Estados Unidos, país del cual se exhibieron 130 películas.

Por otra parte, los espectadores de la película oriental que fue vista en las salas durante el 2013, ascendieron a 267.108 contra los 17.948.406 que suman quienes vieron películas de origen estadounidense. Todo esto, es parte del mismo estudio.

8 Estudio financiado por el Consejo Nacional de la Cultura y la Cultura y las Artes

A la vez algunas personas se acercan a lo asiático a través de la práctica de las artes marciales u otras disciplinas. Por medio de una vía más espiritual, encuentran en Oriente una familiaridad que les permite desarrollar un aspecto más integral de su propia personalidad. Sin embargo, muchos de ellos no sienten una gran afinidad con el entretenimiento ofrecido por estos países.

Más allá de las diferencias entre individuos, pareciera ser que se está presenciando una falta de apertura hacia lo oriental (principalmente hacia el arte proveniente de estos confines) y eso no sólo tiene que ver con la falta del conocimiento del público hacia una cultura diferente, sino que no existe un interés por parte de las empresas de entretención -de origen chileno- en traer a Chile una mayor cantidad de producciones provenientes del Asia Pacífico. Sin embargo, las producciones del cine asiático sí son material de estudio en ciertas instituciones educacionales.

Mientras en Japón las ventas en productos culturales provenientes sólo del anime (animación japonesa) suman casi 51 millones de dólares⁹, las nuevas políticas públicas coreanas de internacionalización de la “marca país” han permitido que Corea del Sur se convierta en una de las potencias en lo referido a contenido cultural exportable, en donde el aporte de la Ola Coreana¹⁰ en el 2012 al PIB fue cercano a los 71 millones de dólares y se pronostica que seguirá en ascenso, según expresan los investigadores del Programa Centro de Estudios Coreanos (ChKSCP) de la Universidad de Santiago de Chile.

9 Organización Japonesa de Comercio Exterior (2001) Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación. Instituto de Comunicación de Dentsu; Toei Animation. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/feature02.html>

10 Ola Coreana o Hallyu: término que engloba a las teleseries coreanas y al pop proveniente de Corea del Sur. Se explica con mayor detalle en las páginas siguientes.

A pesar de esto, observamos que en la sociedad nipona existe un reducido interés por darse a conocer hacia el extranjero y, aún más, hacia culturas no asiáticas. Iniciativas como la Creative Culture, que actualmente luchan en Corea del Sur para mantener el liderazgo de ingresos (inclusive superando al conglomerado Hyundai) y la aceptación como potencia en la mentalidad nacional, parecen imposibles de llevar a cabo en Japón.

Los nipones están fuertemente convencidos de que el arte comercial (masivo) no necesita ser convertido en un producto cultural exportable, por lo que no se necesita pensar en un público extranjero ya que su propio mercado es suficiente, lo que se corrobora al observar que muchas bandas occidentales arman ediciones especiales para Japón y su mercado.

¿Dónde se ubica la animación (anime) y la historieta japonesa (manga) dentro de este panorama? Ya en los años noventa se daba cuenta de un mercado fuerte interno en Japón: en el prefacio de la publicación *DreamLand Japan: Writings of Modern Manga*¹¹ – escrita en aquellos años- señala que “de acuerdo al Research Institute for Publications, de todos los libros y revistas actualmente vendidas en Japón en 1995 (menos las devoluciones, en otras palabras), el manga abarca el 40 por ciento del total. (Schodt, 1996, Capítulo 1, sección 1, párrafo 2)

Habían 2.3 billones de libros de manga y revistas producidas en 1995 y cerca de 1.9 billones realmente vendidos, o sobre 15 por cada hombre, mujer y niño de Japón. Dadas las salvajes fluctuaciones de moneda de ese año, el valor de todos los cómics producidos estuvieron en el rango de U.S\$7-9 billones (una suma que es dos veces mayor que el GDP de Islandia), mientras aquellos que en realidad fueron vendidos tuvieron el valor de US\$6-7 billones – un gasto anual por sobre los 50 dólares por cada persona en Japón.” (Schodt, 1996, Capítulo 1, sección 1, párrafo 3)

11 Ver Glosario

Esta referencia señala claramente que ya en aquella época se observaba un mercado – por lo menos en cuanto a la historieta japonesa- que era capaz de auto sustentarse sin la necesidad de recurrir a lectores de otros países. Para Ian Condry, autor de “The Soul Of Anime: Collaborative and Japan’s Media Success Story”, “el anime es característico de los medios de comunicación contemporáneos en sus interconectadas páginas de Internet, en sus redes interconectadas de las actividades comerciales y culturales que llegan a través de las industrias y de las fronteras nacionales.” (Condry, 2013, Introducción, Párrafo 1)

Por su parte, Corea del Sur presenta un escenario diferente pero que no deja de ser exitoso: con un mercado interno devastado en su minuto, lograron darse cuenta de la importancia de exteriorizar sus horizontes y mirar más allá de sus fronteras. Vemos, entonces, cómo empresas como YG Entertainment guían a sus grupos más exitosos: BIGBANG y 2NE1 complacen a un público internacional, pues adoptan occidente en su vestimenta, música, e incluso formas de comunicación con la prensa, lo que genera aceptación dentro y fuera de sus fronteras.

Corea del Sur es un país abierto a generar ganancia a partir de los seguidores del *Hallyu* alrededor del mundo, término en que se reúne a las teleseries coreanas y al pop coreano (*Doramas*/K-dramas y *K-pop* respectivamente¹²).

En el texto “Why Do Dramas do That? Part 1” de Javabeans y Girlfriday, se refieren al *Hallyu* como « (...) término que describe la propagación la cultura popular coreana fuera de sus fronteras nativas, también conocida como Ola Coreana. Desglosando, *han* se refiere a Corea, mientras *ryu* significa corriente. Hablando rápidamente, obtienes Hallyu. (Así que no la llames “Ola Coreana

12 Ver Glosario

Hallyu”, a no ser que te guste la redundancia y quieras decir Ola Coreana Coreana, y te guste la redundancia).

El término *Hallyu* fue acuñado durante la ola masiva cultural exportada que golpeó a los mercados asiáticos vecinos a fines de los '90 y en al comienzo de los '2000s, y continúa estando en el alza hoy en día». (Javabeans y Girlfriday, Introducción, Párrafos 1 y 2)

En la misma publicación el K-pop (pop coreano) diciendo que «ha llegado a la cima en los *charts* de música de Itunes y Billboard, como también en Saturday Night Live, Letterman, y en Today Show. Sin mencionar: Psy» (Javabeans y Girlfriday, 2013, Introducción, Párrafo 5)

Ahondando aún más respecto al término “Hallyu”, en el texto “*Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*”, se afirma respecto al *Hallyu* que “Por lo tanto, considero la fluidez como una pista indispensable para la identificación de dos principales jugadores encargados de re/organizar la sustancia y el límite del Hallyu. En lo que sigue, discutiré acerca de lo que llamo el sistema de gobierno dúplex, o simplemente, la biformidad en el *Hallyu* que se materializa en dos diferentes manifestaciones: como un transnacional fenómeno cultural y como una campaña nacional-institucional.” (Lee y Nornes, 2015, Capítulo 1, Párrafos 5 y 6)

De hecho este mismo autor añade a los juegos de video –producidos en Corea– como parte del fenómeno.

Por otra parte, mientras la Embajada de Japón promueve su cultura a través de las artes más tradicionales, como la narración de cuentos, conferencias sobre su historia, exposición de sus calendarios, artes marciales como el Karate, etc.¹³; la Embajada Coreana lo hace abiertamente hace 6 años a través, por ejemplo, de su

13 Embajada de Japón en Chile (2015) Plan de los Próximos Eventos Culturales. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: [http://www.cl.emb-japan.go.jp/doc/plan_anual2014\(2014_6_13.pdf](http://www.cl.emb-japan.go.jp/doc/plan_anual2014(2014_6_13.pdf)

Festival de *K-pop*, conocido como NCC¹⁴. En este evento la embajada “busca entregarles a los jóvenes y adolescentes chilenos seguidores del Hallyu, y en particular del K-pop¹⁵, una oportunidad de demostrar sus talentos en canto y/o baile imitando a sus artistas favoritos del K-pop contemporáneo.”

1.2 Corea y Japón: Impregnando los corazones chilenos.

Lo que se pretende en las siguientes páginas es tratar de explicar, en términos simples, cómo las diferentes expresiones de quienes simpatizaron o adoptaron rasgos identitarios de la cultura asiática se ven contrapuestas a la cotidianeidad chilena que, normalmente, no involucra la imitación de artistas coreanos, el “disfrazarse” de personajes ficticios y otros.

La investigación se centra en los dos países de oriente que han conseguido un mayor éxito en cuanto a la propagación de su mercado cultural: Japón y Corea del Sur, quienes a partir de una profunda campaña de fomento de su industria del entretenimiento, han propiciado abiertamente la difusión de su cultura en el resto del mundo. Pero no sólo a través del entretenimiento, sino que también a través de las disciplinas más bien espirituales, como las artes marciales.

¿Cómo oriente ha impregnado cada vez a más personas y por qué siguen creciendo sus adherentes a pesar de las evidentes diferencias con Occidente? Y además, ¿Cómo es que se han transformado las identidades de ciertas personas que han tenido un gran contacto con Japón y Corea del Sur?

14 Noche de la Cultura Coreana

15 Ver Glosario

Estos estilos de vida, ¿son difíciles de sobrellevar? Son preguntas que pretenden ser contestadas en las siguientes páginas.

Se plantea en esta investigación que la identidad de una persona no se define sólo por la nacionalidad de la misma, sino que gira también en torno a los aficiones que puede tener y a lo que puede observar producto de la globalización en la que se encuentra inmersa. A pesar de esto, se ha querido acotar el tema al proceso de identificación con las culturas nipona y coreana, ya que en el país se ha creado un profundo cambio en quienes han adoptado parte de estas culturas en sus vidas, notoriamente contrastado con el estilo de vida nacional tradicional chileno.

El interés se da por el éxito con el que se ha logrado masificar esta nueva forma de identidad, sobre todo en los adultos-jóvenes y adolescentes chilenos, quienes no se ven tan influenciados por occidente a pesar de ser parte de él. Viven en la lógica económica y cultural que les provee Chile, pero participan en prácticas que poco tienen que ver con la cotidianeidad de sus coterráneos y que logran consumir gracias a la apertura del mercado cultural asiático.

Se observará cómo a través de los años es posible corroborar que el apego hacia la cultura asiática se hace cada vez más fuerte en un grupo importante de chilenos y se afianza debido a las relaciones comerciales establecidas entre los países, lo que en algunos nace a partir de la transmisión de *Oshin*¹⁶ y en otros gracias a la transmisión de *Escalera al Cielo*¹⁷. En los dibujos animados japoneses que se transmitían en el Club de los Tigritos, o la obligación de pertenecer a una tribu

16 Serie de origen japonés. Fue la primera en emitirse en nuestro país (1993)

17 Serie transmitida por TVN. Marcó un éxito en sintonía y un precedente en el público chileno. Es de origen coreano y una de las banderas de lucha del *Hallyu* en el mundo

urbana a mediados del 2006 que apareciera en El Diario de Eva¹⁸. O más temprano, con el despliegue de las redes sociales y el boom del Gangnam Style¹⁹ en 2012. Todos tienen hoy un factor común: el lazo adquirido con Asia no se limita a un espacio temporal -y actualmente físico- sino que corresponde a un compromiso afectivo.

Se revisaron testimonios de personas que comparten su cariño por Asia y que –a la vez- han añadido fragmentos de Japón y Corea del Sur a la construcción de su propia identidad: fanáticos de la música, grupos de fanbases²⁰, seguidores de las artes marciales, fotógrafos, lolitas, otakus, K-popers, dramadictos, bailarines de dance-cover, cosplayers²¹, etc.

.

En un mundo globalizado, se recogieron las experiencias de chilenos que ven su realidad con ojos rasgados invisibles.

18 Programa transmitido por Chilevisión en horario vespertino. Durante el año 2006 fue todo un referente en torno a las nacientes “tribus urbanas”, donde jóvenes que pertenecían a ellas hablaban en vivo sobre problemáticas que la conductora Eva Gómez les ayudaba a resolver.

19 Fenómeno de Youtube mundial. El cantante coreano Psy lanza esta canción el 2012 y rompe todos los récords de visitas en esta plataforma. Tiene el Record Guinness y la página Youtube tuvo que inventar un nuevo logaritmo para seguir contando las visitas que hasta el día de hoy siguen creciendo.

20 Sinónimo asiático de fanclub

21 Términos incluidos en Glosario

Capítulo 2. La producción de cultura asiática.

2.1. La creación de productos culturales para potenciar la posición nacional en el mercado mundial.

2.1.1 Antecedentes históricos

Es importante entender que la historia ha permeado en el pensamiento colectivo de coreanos y japoneses hasta el presente. Es por eso que es necesario comprender diferentes hechos que han marcado a las dos naciones en cuestión.

El imperio japonés decidió que era hora de expandirse y en 1895 vence al pueblo chino, en 1905 al pueblo ruso y en 1910 logra anexar la península coreana a su territorio, con todo lo que ello implica. El poder japonés impuso no sólo su cultura, sino que todo un sistema de gobierno que el pueblo coreano no conocía y no estaba dispuesto a dejar que se impusiera de manera tan simple. Se crearon diversos grupos de reacción, pacíficos y violentos, los cuales recibieron una brutal respuesta del imperio japonés, asesinando a miles de coreanos. Corea espera hasta el día de hoy que Japón al menos se disculpe por todos los abusos a los derechos humanos que cometieron en esta época. El 28 de junio de 2015 una anciana de 81 años antes de fallecer pidió que se escribiera en su lápida una petición de disculpa y compensación del gobierno japonés por obligarla a trabajar prostituyéndose en un burdel para el ejército japonés²².

22 Yonhap (2015, 28 de julio) Petición de disculpa a Japón. Agencia de noticias Yonhap. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:
http://app.yonhapnews.co.kr/YNA/Basic/ForeignGallery/view.aspx?lang=SP&contents_id=PYH20150728141100883

Al terminar la Segunda Guerra Mundial, en 1945, Japón es vencido y el territorio coreano es dividido en dos zonas de ocupación demarcadas por el paralelo 38. De esta forma, al norte Kim Il Sung tomaría el mando que la URSS le había conferido y al sur Syngman Rhee, un coreano neoliberal consigue el apoyo de la ONU para convocar a elecciones para unificar la península, lo que no da fruto. En septiembre de 1948 se instaura la República Democrática Popular de Corea (RDPC). (Fisac: 2013, p. 115) De esta manera, la URSS mantiene su hegemonía comunista y EEUU el modelo capitalista.

Las Naciones Unidas plantean la necesidad de preguntarle al pueblo coreano qué régimen quisieran seguir, pero esto sólo se realiza en el lado sur de Corea. En junio de 1950, en plena guerra fría, la RDPC rompe el acuerdo y cruza el paralelo 38 desatando la Guerra de las Coreas, que terminaría en 1953 cuando se decreta la separación de ambas naciones (Basaure, 2010). Es a partir de este momento cuando Corea del Sur se ve en la necesidad de establecer una alianza con el líder de occidente, Estados Unidos, con el fin de sobrevivir en el apartado terreno peninsular. De esta manera, renunciaría a su tradición conservadora para adoptar aspectos occidentales con el fin de asegurar su economía y mercados. Su estrategia fue visionaria ya que luego del desmoronamiento del comunismo, se transformó en el primer país subdesarrollado en convertirse en desarrollado. (Agustin, 2009)

Actualmente, la población de Corea del Sur la componen más de 51 millones de habitantes, según las estadísticas del Ministerio de Seguridad y Administración Pública.²³ Park Geun-Hye fue elegida el año 2013 como la primera mujer presidenta del país, lo cual representó una revolución en la política pero que, sin embargo, responde a un proceso de cambio vertiginoso del que ha sido parte Sur Corea durante los últimos 100 años en términos económicos y, producto de esto, sociales.

23 Visit Korea (<http://www.visitkorea.or.kr>) Consultado el 9 de diciembre de 2015

El crecimiento, exponencial, se debe en gran parte a la estrategia coreana de exportación de bienes ya procesados (secundarios) y de su desarrollo tecnológico. A través de la producción de productos electrónicos de última generación Corea del Sur -en el 2013- logró un PIB de 1.19 billones, según el FMI, situándose como la quinceava mejor economía del mundo. Sin embargo, tal crecimiento generó que no sólo los ojos del mundo se volcaran hacia esta nación, sino que también hubiera más interés en saber más información sobre él. Es así como en los años 90 la telenovela coreana “Sarangi Mwogillae”²⁴ se emitió en China, causando tal revuelo que hasta el día de hoy reconocemos el término “Hallyu” no sólo en ese país -desde donde proviene-, sino que en todo el mundo como la ola cultural coreana.

2.1.2 El establecimiento de una Marca País en el escenario mundial: La internacionalización de la imagen asiática como un producto cultural

Son las 9:00 horas y un grupo de personas se reúnen en el ex Congreso Nacional para celebrar el Seminario Corea del Sur y Chile, organizado por la Universidad de Santiago de Chile. En la actividad se pudieron conocer datos no revelados sobre la realidad de las relaciones comerciales, culturales y políticas que comparten estos dos países.

Entre los exponentes encontramos al Sr. Ji-Eun Yu, embajador de Corea del Sur, quien asegura que las distancias geográficas e idiomáticas ya no son un impedimento para limitar la cooperación entre los dos países y que su país desea que esta interacción funcione. En este sentido, el director del Programa Centro de Estudios Coreanos (ChKSCP), Dr. César Ross, concuerda con él y señala que a pesar de los muchos conflictos por los que ha pasado Corea, es un país que se ha

²⁴ Traducción: “Lo que es el Amor”. Visit Korea.
(http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/CU/CU_SP_8_1_1.jsp) Consultado el 9 de diciembre de 2015

recuperado y ha aprendido mucho de sus crisis. Sin embargo, occidente a partir de la crisis asiática en 1997 pasó por un proceso al que él denomina “chinización” en que se produjo una segregación de los capitales coreanos y japoneses. Es sólo a partir del año 2004, gracias a la firma del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Corea es que esta realidad comienza a cambiar. El académico señala que “es imperativo conocer y estudiar Asia” y es lo que motivó a la creación de su centro de estudios.

Mientras tanto, el Dr. Cristian Tolosa, ex embajador de Chile y editor de la Serie Asia Pacífico de la Biblioteca del Congreso, cree que la principal diferencia entre Japón y Corea es que el primero “permanece muy apegado al *input*” o, en términos simples, a su propio mercado nacional, mientras que su país vecino ha mantenido una política de *output* o mercado con mentalidad globalizada, con productos que podrían comercializarse en todo el mundo. Señala, además, que este proceso se potenció en gran medida por observar lo que ocurrió a partir del fenómeno Hallyu.

En términos temporales, el mercado cultural japonés fue el primero en entrar en escena al comercio chileno a partir del animé en los años 70's y su auge en los 90's. En Chile -como en otros países de Latinoamérica como Perú, Argentina o México- se introduce gracias a la transmisión de series dobladas al español muy populares en el país nipón como “Heidi”, “Princesa Caballero”, “Candy” o “Meteoro”(Cobos, 2010: 12).

Pero no es un tema relativo sólo a los *fans* y a su masificación, es un tema que se traduce en cifras muy lucrativas para Japón y su Producto Interno Bruto (PIB). Sin ir más lejos, los ingresos declarados por Toei Animation -una de las productoras más grandes de animación japonesa- procedentes de ventas de productos de anime en el exterior subieron un 400% desde el año 1999 al 2002, llegando a los 6, 253 millones de yenes. En Japón, el incremento del PIB por la industria

japonesa de animación desde los años 70's al siglo XXI ha sido superior al 1600%, según los datos aportados por la Organización Japonesa de Comercio Exterior²⁵.

Pero el inicio del éxito del anime no fue en las grandes corporaciones. Para el autor Ian Condry, “el anime es un éxito en el sentido de que se convirtió en una forma sustentable de la expresión creativa y un estilo reconocido como «japonés», que pasó a ser global y sin el empujón de grandes corporaciones (al menos al principio) y por lo tanto representa una especie de globalización desde abajo”. (Condry, 2013, Introducción, Párrafo 2). Desde ese punto de vista, pareciera ser que el mayor éxito – fuera de sus fronteras- de Japón, no se produjo de la misma forma en la que partió el *Hallyu* en Corea del Sur. Es decir, la animación japonesa no fue apoyada desde el principio por corporaciones grandes, a diferencia del *Hallyu*.

Pero Corea del Sur no se queda atrás: el año 2012 el valor económico del *Hallyu* en aporte al PIB fue cercano a los US \$73 mil millones, superando a la multinacional Hyundai. Según la Dra. Jinok Choi, investigadora del ChKSCP, se estima que a fines de 2015 el aporte a la economía coreana en ventas brutas de contenidos coreanos sea de más de US \$88 mil millones. Según expuso la estudiante de magister en estudios internacionales, Lic. Constanza Jorquera, el aporte anual en impuestos por membresía a *fandoms* o clubes de *fans* coreanos llega a los 1.700 millones de dólares.

25 Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación, 2001, Instituto de Comunicación de Dentsu; Estudio dirigido en 2002 por La Organización Japonesa de Comercio Exterior; Toei Animation. Disponible para consulta en: <http://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/feature02.html>

Volviendo a Chile, en lo concreto Paola puede llegar a vender entre \$250.000 y \$400.000 mensuales sólo en dramas asiáticos, la mayoría provenientes desde Corea del Sur. Al ser consultada sobre a qué le atribuye que sus clientas prefieran comprarle los doramas a ella directamente, antes que descargarlos gratuitamente, ella responde que “si bien existen varias páginas para verlas en internet, están llenas de publicidad, si tu internet es lento te demoras mucho en cargar los capítulos y también el hecho de que al comprarlo puedes verlo las veces que quieras”.

Al ser un emprendimiento informal, Paola no cobra por sus productos el valor que tendría el artículo original. A modo de ejemplo, el valor comercial del drama “Man From The Stars” en Soompi.com es de US \$294,99 (\$179.307 aprox.), mientras que en la tienda virtual de Paola, el precio fluctúa entre US \$3,6 - US \$5,4 (\$2.200 - \$3.300). Además hay que considerar que el envío desde páginas autorizadas puede llegar a demorar 30 días, mientras que a través de un medio directo puede ser entregado en el mismo día. Todo esto hace que las cifras que se manejan actualmente de comercialización de este material audiovisual y de muchos otros productos sea casi imposible de corroborar desde un medio oficial.

La informalidad es un problema constante para la industria del entretenimiento. En Japón existe la JASRAC (Japanese Society for Rights of Authors, Composers and Publishers) El derecho de autor en Japón funciona a través de esta asociación, quienes registran la propiedad intelectual y cobran un impuesto por su uso y/o difusión. El año 2014 esto significó para el país nipón más de 112 millones de yenes recaudados sólo por la transmisión de obras audiovisuales adheridas a esta sociedad²⁶.

26 JASRAC. (<http://www.jasrac.or.jp/profile/outline/detail.html>) Consultado el 9 de diciembre de 2015

La lógica de expansión del mercado cultural actual japonés está ligado a los derechos administrados por JASRAC hacia el extranjero, tarea que cumple simplificando los derechos de autor y reduciendo los costos de manufactura por los mismos²⁷.

Esta lógica expansionista de mercado parte para Corea del Sur en el año 1962, cuando comienza a mantener relaciones diplomáticas con nuestro país y con otros latinoamericanos. En 2004 las relaciones internacionales de ambos países estaban tan consolidadas que durante la realización de la APEC en Santiago, ambos firman un Tratado de Libre Comercio que afianzaría el comercio bilateral. El acuerdo entra en rigor en abril de ese mismo año y marca todo un antecedente ya que corresponde al primer acuerdo de libre comercio firmado entre un país asiático y uno latinoamericano, lo que refleja la confianza depositada en nuestro país si consideramos que las relaciones diplomáticas con Brasil, por ejemplo, comenzaron en 1959, mucho antes que Chile. La tarea no fue fácil, ya que las negociaciones comenzaron en 1999, en un anterior encuentro APEC (Auckland, Nueva Zelanda).

Japón no está lejos de esta misma lógica. Si bien no existe entre Chile y este país un Tratado de Libre Comercio, es en la misma Cumbre de Líderes APEC de 2004 donde Japón comienza a ver la posibilidad de realizar la firmar un Acuerdo de Asociación Económica con Chile, el que luego de cinco rondas de negociación, logra ser firmado el 27 de marzo de 2007 y entrar en vigencia el 3 de septiembre del mismo año²⁸. A pesar de esto, Japón lleva 113 años de relaciones bilaterales con nuestro país, mucho más de los que mantiene Corea del Sur.

27 JASRAC. (2014, 21 de mayo) Fiscal 2013 Business Affairs. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.jasrac.or.jp/ejhp/pdf/jasracreport2013.pdf>

28 Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, (<http://www.direcon.gob.cl/mapa-de-acuerdos/?idacuerdo=6253>) Consultado el 9 de diciembre de 2015

Las inversiones de Japón en Chile el año 2013 superaron los 10 mil millones de dólares, mientras que las coreanas sólo alcanzaron los 230 millones. Sin embargo, estas cifras convierten a Japón en el tercer mercado más importante para nuestro país y a Corea en el quinto, signo de la importancia de nuestras relaciones comerciales. La mayor parte de las exportaciones de Corea del Sur hacia Chile tienen que ver con maquinaria y electrónica²⁹ y las de Japón, los vehículos y productos electrónicos de origen nuclear³⁰.

Esto está muy distante del mercado cultural del que hace referencia este estudio, sin embargo el intercambio en nuestra área de interés se refleja en las relaciones interpersonales de quienes comercian con nuestro país y entre quienes emigran año a año. A partir de esto -y también en gran medida a la masificación de internet- es que hemos tenido acceso a conocer los productos que nos ofrecen estas culturas y, a su vez, a las costumbres y gustos de cada una de ellas. Es así como llegamos a los doramas, la música y el cine.

Jael Rocco vislumbra el alcance que el establecimiento de un gusto por los dramas asiáticos puede provocar en una persona: “uno está tan metido en esta cosa que empiezas como a imitar sus modos. No sé, por ejemplo, vas a restaurant coreanos para comer lo que comen ellos, tratas de imitar su ropa, sus maquillajes”.

Y es que la visión comercial -hasta ahora- acertada que tiene Corea del Sur de expandir su comercio a través del *Hallyu* no es casual. El gobierno de este país ha

29 Departamento de Estudios (2014, noviembre) Calendario de Realización de Informes Chile-Corea del Sur. Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/Corea-del-Surnoviembre2014.pdf>

30 Departamento de Estudios (2014, noviembre) Calendario de Realización de Informes Chile-Japón. Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/Jap%C3%B3nnoviembre2014.pdf>

comenzado a invertir sistemáticamente en la promoción de la cultura con un sólo fin: transformarse en un ideal y vender la “marca-país”. Esto no es un descubrimiento actual, corresponde a una visión acuñada hace mucho tiempo en el pensamiento popular.

En el texto *The Birth of Korean Cool: How One Nation is Conquering the World Through Pop Culture*, la autora coreana Euny Hong sentencia que si bien “en la mayoría de los países capitalistas las industrias privadas podrían encontrar este nivel de intervención gubernamental intolerable. No en Corea, aunque: el gobierno coreano siempre ha funcionado por sí mismo como una junta de directores de una corporación gigante con 50 millones de empleados. Decisiones hechas a nivel nacional, como hacer del *Hallyu* una prioridad principal y lanzar billones de dólares en eso, a la que se llega después de una exhaustiva investigación de mercado y gracias a una estrecha colaboración de la empresas privadas”. (Hong, 2014, Capítulo 15, Sección 2, Párrafo 4)

El año 2005, Kotra, oficina comercial de Corea en Chile, quiso saber qué imagen Chile tenía sobre Corea, pensando que se cumplía un año de relaciones comerciales gracias al TLC recientemente firmado entre los dos países. En la encuesta se pregunta “What do you think is Korea’s most urgent task to improve its national image?”³¹. El 80% de los encuestados respondieron “Expanding cultural market abroad (movies, dramas, music, singers, actors)”³² (Min: 2005)

Este pensamiento fue el que le permitió a los dos países (Corea y Japón) salir de la terrible crisis asiática que destruyó sus economías durante el año 2007. Decir, por ejemplo, que la industria cultural, sus películas, sus series y su música permitió a Corea del Sur levantarse no es una exageración. A partir de ese

31 Traducción: ¿Cuál crees que es la tarea más urgente para que Corea mejore su imagen nacional?, en español

32 Traducción: La expansión del mercado cultural en el extranjero (películas, dramas, música, cantantes, actores), en español

momento, las distintas administraciones han promovido sistemáticamente, distintas instancias de mercantilización internacional para el Hallyu. Según Constanza Jorquera, esta crisis representa el punto de quiebre que permite al Estado reinventarse para salir del caos: “se pregunta “¿Qué hacemos? ¿Cuál es nuestro recurso más valioso? Es la creatividad”. Sería ahí cuando comienza una nueva relación con los chaebols³³ y con las industrias culturales. Surge el concepto de “culturas creativas” que está reconocido por la UNESCO y después pasa a ser una estrategia de mercado exterior gracias a la diplomacia cultural.

La estrategia que parte con el ex Presidente coreano Lee Myung-Bak y continuó en el actual gobierno de Park Geun-Hye ha permitido que la industria de la música del K-pop es la que esté generando más recursos hoy en día, gracias a que el gasto público en *Hallyu* ha sufrido un salto exponencial a partir del año 2012, lo que coincide con esta alza en los ingresos para el país, en base a datos del Korea Culture & Content Agency.

El apoyo del Estado surcoreano al *Hallyu* se entiende al analizar ciertas situaciones. De hecho en el texto *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*”, que fue citado anteriormente, el autor Junbong Choi (“*Hallyu versus Hallyu-hwa: Cultural Phenomenon versus Institutional Campaign*”), señala que “la elasticidad del *Hallyu* tiene mucho que ver con la estructuración del interés humano y la naturaleza multidimensional de la cultura que inextricablemente entrecruza otras jurisdicciones: por ejemplo, escuchar K-pop □ ver dramas coreanos □ unirse a un fan club online para culturas coreanas populares en general □ probar la comida coreana □ aprender el idioma coreano □ comprar bienes de cosmética/electrónica coreanos □ estudiar en el extranjero en Corea □ hacer amigos coreanos □ recoger expresiones culturales y locales, costumbres tradicionales □ lanzar blogs personales en Corea □ trabajar para instituciones relacionadas con Corea de varias clases”. (Lee y Mark Nornes, 2015, Capítulo 1, Sección 2, Párrafo 4)

33 Ver Glosario

Mirado desde el punto de vista anterior, el *Hallyu* estaría ocasionando una gran apertura de Corea hacia el mundo. Incluso, está llevando una buena cantidad de extranjeros a su país, lo que genera dinero y posiciona a Corea del Sur como una potencia no sólo tecnológica, sino también ligada a la cultura y haciendo mejorar la economía interna al captar seguidores alrededor del mundo.

“Las telenovelas surcoreanas, música, películas, video juegos, y comida chatarra ya dominan la escena cultural asiática. De hecho, Corea del Sur ha sido el creador de tendencias por más de una década, y su expansión hacia el oeste es inevitable. Quizás no te has dado cuenta de que eso ya está en marcha”, puntualiza Euny Hong en su publicación “The Birth of Korean Cool: How One Nation is Conquering The World through Pop Culture”. Continúa aseverando que “no sería una exageración decir que el *Hallyu* es el cambio de paradigma más grande - con rapidez cultural- de la historia moderna”. (Hong, 2014, Introducción, Sección 2, Párrafos 2 y 5) El boom de las diferentes producciones coreanas ha hecho que el mundo entero le preste atención a Asia y – especialmente- Corea del Sur.

Por otra parte, para entender de mejor manera la fuerza que tiene un sólo producto cultural podemos tomar un ejemplo tomado desde el anime “Ranma ½”. Este producto cultural parte como un manga el año 1987 y se publicó durante los siguientes 9 años en la revista Shonen Sunday. Se decidió adaptarla al anime y televisarla por Fuji TV: fueron 161 capítulos, durante 4 años de emisión en 7 temporadas. Además se sumaron 13 OVAs, 2 largometrajes animados que luego se comercializaron en DVD, 13 videojuegos, 16 álbumes con los OSTs³⁴ y canciones con las voces de los protagonistas del anime. Se produjo *merchandising*³⁵ oficial que incluyó peluches, figuras, zapatos, álbumes de láminas, tazas, morrales, poleras, entre muchos otros productos. Finalmente, tanto

34 Original Soundtrack, ver Glorario

35 Ver Glosario

los actores de voz o seiyuu como la creadora del manga, Rumiko Takahashi, han recorrido el mundo en distintas convenciones y eventos de animación japonesa (Vidales, 2010: 11). Este efecto en “Ranma ½” explica por qué la mayoría de los dramas japoneses y coreanos que son populares responden a mangas³⁶ ya probados.

Actualmente la afición de un adolescente coreano o japonés no puede mirarse en menos que la de un latino y estas dos culturas asiáticas lo han entendido así. Cuando un aficionado se transforma en “fanático por Asia”, no sólo consume videojuegos, anime o música, sino que se transforma en un asiduo conocedor de la cultura, quiere aprender el idioma, se involucra en las costumbres e incluso quiere consumir comida originaria de ese continente o viajar a ese lugar que le atrae conocer.

2.1.3 De Corea del Sur para el mundo.

El Hallyu, expandido primero entre sus países vecinos, ha logrado tanta notoriedad que actualmente el gobierno coreano lo ha hecho su “caballo de batalla” cuando de promoción de su cultura se trata. A partir de la exportación de la novela “Daejanggeum”³⁷ a más de 60 países, el éxito se ha repetido en la mayoría de las producciones hasta hoy.

En Chile, la Ola *Hallyu* se hizo presente a través de la emisión por TVN del éxito mundial “Escalera al Cielo”. El *dorama* -término con el que son conocidas las series coreanas- fue comprado para ser transmitido por TV Chile el año 2006.

36 Manhwa en el caso de Corea

37 “La Joya del Palacio”, según su traducción al español

Debido al éxito que tuvo, TVN compró los derechos de emisión y lo transmitió por televisión abierta a las 13:00 horas, promediando más de 6 puntos de rating, lo que significó pasar a la competencia más férrea de ese momento para el canal estatal: el programa de farándula nacional SQP, el cual desde el año 2001 era el líder indiscutido de la franja.

Sur Corea ha hecho un producto de mercado el potencial artístico-musical de sus empresas de entretenimiento, convirtiéndolo en un bien de consumo muy bien valorado debido a su excelente calidad de producción. Y no se queda sólo en las intenciones. La península impulsa Centros Culturales en todo el mundo e invita a participar a los extranjeros de sus tradiciones.³⁸

Si bien Japón y la Península Coreana están separadas por el Mar del Este, no sólo un hito geográfico separa a estas dos culturas: sus diferencias son irreconciliables. A partir de la invasión japonesa en Corea durante la Segunda Guerra Mundial, en que se pretendió “anexar” la península, las historias entre ambos países comienzan a diferir. En Japón los libros que leen los estudiantes no abordan el tema de las violaciones a los derechos humanos que el Ejército del Sol³⁹ realizó en Corea, de las más de 200.000 mujeres coreanas deportadas para ofrecer servicios sexuales a los nipones, ni de los miles de hombres, niños y ancianos coreanos que fueron llevados en calidad de esclavos al archipiélago japonés. Todas estas atrocidades son las impugnaciones por las que el gobierno peninsular exige un reconocimiento, que hasta el día de hoy no llega.

Aunque hay señales que pretenden realizar un avance en estas materias, como el reciente viaje del canciller coreano Yun Byung-se a Tokio, en el que se reunió con

38 Yonhap. (2014, 26 de octubre) El Centro Cultural de Corea del Sur en Brasil celebra el 1er. aniversario de su apertura. Agencia de noticias Yonhap, sección Cultura y Deportes. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:
<http://spanish.yonhapnews.co.kr/culturesports/2014/10/26/0800000000ASP20141026000200883.HTML>

39 Nombre con el que se identificó el ejército japonés

su par japonés Fumio Kishida. En este encuentro se pretendió conversar sobre temas económicos, ya que el motivo de la visita era celebrar los 50 años de la reanudación de las actividades comerciales entre los dos países, pero también sobre la disputa histórica mencionada anteriormente.⁴⁰ La presidenta Park Geun-Hye habría señalado semanas antes al diario Washington Post⁴¹ que se encontraría en la última fase de negociación para que Japón ofreciera una disculpa oficial y compensaciones a Corea del Sur, aunque no señaló una fecha definitiva. Sin embargo estas declaraciones son importantes si tomamos en cuenta que Shinzo Abe, el primer ministro nipón, desde que fue elegido en 2012 no ha tenido ninguna señal de acercamiento al tema. Abe es conservador y nunca ha mantenido un encuentro bilateral con su par coreana desde que asumió su cargo. La información dada por la presidenta Park no fue corroborada por los cancilleres durante la visita de junio de 2015.

A pesar del boom cultural que las dos potencias impulsan hacia el resto del mundo, los enfoques de cada una son radicalmente distintos: mientras Corea del Sur se basa en una apertura de sus contenidos y de transmisión de su cultura a través de un sincretismo cultural en los países en los que planea difundirse, Japón no internaliza aspectos culturales de otros países y se posiciona con una política abierta, pero que no da lugar a involucrar para sí mismo características extranjeras y cree no necesitar expandirse. O sea, mientras Corea del Sur se apropia de occidente exitosamente, Japón no lo ve como algo necesario y se cierra a lo tradicional.

40 Yonhap. (2015, 21 de junio) (ACTUALIZACIÓN)- El canciller surcoreano parte hacia Japón para asistir a una reunión reconciliadora. Agencia de noticias Yonhap, sección Últimas Noticias. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:

<http://spanish.yonhapnews.co.kr/news/2015/06/21/0200000000ASP20150621001000883.HTML>

41 Weymouth, Lally. (2015, 11 de junio) 'Eventually we will face a situation that will be beyond our control.'. Diario Washington Post, sección Opiniones. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: Revisar noticia en http://www.washingtonpost.com/opinions/an-interview-with-south-korean-president-park-geun-hye/2015/06/11/15abee3e-1039-11e5-9726-49d6fa26a8c6_story.html

Esto se debe a que los japoneses basan su cosmovisión en torno a lo aprendido del arte *Samurai*⁴². Los *Samurai* no se llamaban a sí mismos de esa forma, sino que entre ellos acuñaban el término bushi. Ya que la palabra “Do” en japonés significa camino y “bushi” se traduce como “caballero armado”, es posible decir que la palabra completa se puede traducir como “el camino del guerrero” o “el camino del guerrero armado”. Este código ético exigía seguir ciertas conductas que decían relación con la lealtad, el honor y la muerte como un camino. El *samurai*, entonces, debía servir a un señor e incluso abrazar la muerte. Si el guerrero faltaba a su honor, este sería “recobrado” ritualmente a través del “seppuku” que consistía en un suicidio ritual.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el código del guerrero se extendió a toda la población y algunos de sus principios fueron bastante trastocados, puesto que era un ideario que sólo pertenecía a las familias nobles y que no podía ser practicado por toda la población. Hasta nuestros días, la influencia del bushido persiste: la forma de pensar heredada del bushido sigue muy presente en la sociedad japonesa, en la mente de los japoneses, en las familias, en las empresas y en Japón en general. Los japoneses son leales, honrados, sinceros y disciplinados en la empresa, siguen las reglas e intentan mejorar cada día al igual que los *samurais* en sus tiempos. Quizás el bushido es una de las razones que ha ayudado a levantar el país varias veces después de la destrucción en los últimos 150 años”. (García, 2012: 16) “Los principios del sintoísmo cubren los dos rasgos predominantes de la vida emocional de nuestra raza: el patriotismo y la lealtad” (Nitobe, 2010: 39). Sin embargo, aunque el patriotismo se encuentra arraigado socialmente, no se le ha dado importancia preponderante a las relaciones humanas. Esto, pensando en que para que exista patriotismo –y que sea un sentimiento nacional- es necesaria la existencia de una unidad. En el caso de Japón, pareciera ser que el individualismo ha desplazado “la necesidad de convivir con el otro.”

42 Ver Glosario

Es a partir de esta misma necesidad que durante la Segunda Guerra Mundial, Japón descubre que la animación puede servir como propaganda de guerra, siguiendo el modelo de la Aguja Hipodérmica de moda en aquel tiempo, en el que un mensaje podría ser transmitido a través de los medios de comunicación y, de este modo, conquistar a las masas. Fue así como el gobierno japonés crea anime, en que se presentaba en los colegios a occidente como el mal (Alberola, 2012). Pero luego que Japón perdiera la guerra, se ve sin medios para realizar una industria audiovisual del anime, por lo que se vuelca sobre la construcción de mangas. A fines de los años 1950, Okawa Hiroshi crea el primer estudio de grabación en Japón: TOEI ANIMATION.

Sin embargo, como antecedente sabemos que las primeras apariciones de series de manga son desarrolladas a partir de la invención del cine en Francia por los Hermanos Lumière, lo que “llega a Japón en 1896 y el gusto por el cine se expande a todo el país” (Canivet-Fovez, Ch. 2014: 43). El primer Cine de animación se crea en 1916, la “Sociedad de imágenes animadas en colores naturales” encarga a un célebre caricaturista de la época, Oten Shimokawa (1892-1973) producir animaciones” (Íbid, p. 45).

El Manga japonés se distingue del coreano, del americano y del belga. Tiene sus antecedentes en el teatro Kabuki y el Teatro Nô, dando énfasis a la imagen por sobre los personajes, a la composición, la trama de la línea más emparentado con el teatro y la pintura, una concepción del relato muy diferente. “Gracias a su continuidad histórica, la cultura japonesa establece con la narración gráfica una larga familiaridad” (Bouissou, J. 2014: 28). Entre 1960 y 1973 Japón comienza un periodo de bonanza pos-guerra donde es posible desarrollar toda una industria en torno al anime.

Por otra parte, en el texto *FANDOM UNBOUND: Otaku Culture in a Connected World*, se recalca que “hoy en día las audiencias masivas internacionales de anime y manga han construido a través de las energías de grupos de altamente dedicados fans que han localizado y distribuido el contenido japonés en diversas lenguas y regiones”(Ito, Misuko; Okabe, Daisuke y Tsuji, Izumi, 2012, Capítulo 8, Párrafo 1). Es allí donde los mismos seguidores de la japoanimación se unen a la cadena de producción de los productos culturales japoneses.

Como señalan los autores “creando mercados de audiencias fuera de Japón”. (Ito, Misuko; Okabe, Daisuke y Tsuji, Izumi, 2012, Capítulo 8, Párrafo 1)

También se refieren a la importancia de la práctica del fansub en la cultura del anime aseverando que “el caso del fansubbing ofrece una ventana hacia las complejas negociaciones entre las industria de los medios de comunicación y fans (...)” (Ito, Misuko; Okabe, Daisuke y Tsuji, Izumi, 2012, Capítulo 8, Párrafo 2)

2.1.4 La importancia del Artículo 9.

En Corea existe una república democrática esencialmente presidencialista, pero en Japón domina una monarquía constitucional, que en la práctica se transforma en una democracia parlamentaria, dado que a pesar que se respeta la figura del Rey Akihito, son los ciudadanos mayores de 20 años los que eligen a los miembros del Congreso, quienes finalmente designan al que será el Primer Ministro japonés.

Si bien la monarquía japonesa ya no tiene la preponderancia de años atrás, tanto el Rey Akihito como su hijo, el Príncipe heredero Naruhito, tienen un fuerte papel en la política interior del país. Sin ir más lejos, para su cumpleaños 54, en febrero del 2014, el príncipe indicó que seguiría respetando la Constitución de su país y destacó que “el Japón de hoy se erigió con la Constitución japonesa como su

pedra angular, y nuestro país disfruta ahora de paz y prosperidad"⁴³, recordando su Artículo 9, en el que Japón renuncia a declarar la guerra a cualquier país. Pero sus declaraciones no fueron casuales.

Un mes antes, Shinzo Abe, el Primer Ministro, había señalado que la Carta Magna que consagra el Artículo 9 antes mencionado, se modificaría el 2020, año en el que Tokio será el anfitrión de los juegos olímpicos. Aprovechó también para advertir que "Estamos decididos a proteger todo el territorio nacional, en tierra, mar y aire".⁴⁴ Por esta situación, las declaraciones del príncipe habían sido tan controversiales.

Finalmente el Gobierno japonés aprobó a iniciativa del Primer Ministro entre protestas y alegatos de todos los sectores. El 1 de julio se aprobó el cambio en el artículo 9 de la Constitución de 1945 y se consagró el derecho a la defensa colectiva, por el cual los ciudadanos y el gobierno podrá actuar si "la existencia del país se ve amenazada y existe un claro peligro de que se vean anulados los derechos del pueblo a la vida, la libertad y la búsqueda de la felicidad"⁴⁵

Sin embargo, Japón es un país que con respeto a sus tradiciones, se ha puesto de pie y se ha convertido en una de las potencias mundiales en lo que a ciencia y tecnología se trata. Este proceso comenzó luego de su derrota en la Segunda guerra mundial, donde tuvo que levantar a sus ciudades de las cenizas y recomponer a un pueblo devastado producto de dos bombas nucleares.

43 EFE, (2014, 23 de febrero) Naruhito defiende el valor de la Constitución de Japón en su 54 cumpleaños International Press Digital. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://es.ipcdigital.com/2014/02/23/naruhito-defiende-el-valor-de-la-constitucion-de-japon-en-su-54-cumpleanos/>

44 AFP, (2014, 1 de enero) Primer ministro nipón afirma que la Constitución pacifista de Japón será revisada de aquí a 2020. La Tercera, sección Mundo. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en a WWW: <http://www.latercera.com/noticia/mundo/2014/01/678-558764-9-primer-ministro-nipon-afirma-que-la-constitucion-pacifista-de-japon-sera.shtml>

45 AFP (2014, 6 de julio) Gobierno japonés aprueba modificación de su constitución pacifista. La Tercera, Sección Mundo. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.latercera.com/noticia/mundo/2014/07/678-584796-9-gobierno-japones-aprueba-modificacion-de-su-constitucion-pacifista.shtml>

Para que Japón pudiera recuperarse, fue necesario una serie de decisiones, como la antes mencionada sobre la Constitución y a pesar que fueron exitosas y hoy Japón se vislumbra como una de las economías más grandes del mundo, los costos en la población y en la percepción que ésta tiene acerca de sus propias instituciones fueron devastadoras.

A partir de la década de los 60s, el estado se convierte en un mero interlocutor y ya no es el garante para combatir a un enemigo en común, puesto que ya no existía tal. Para la gente común y corriente, el estado “había dejado de ser el teatro de todas las grandes ceremonias y celebraciones para convertirse en la esfera de las cuestiones prácticas”.⁴⁶

En ese momento comienza en Japón la llamada Era de la Regionalización, en la que se comienza a perder el centralismo propio del país en guerra y los pueblos se organizan para desde su propia realidad, reconstruirse. El proceso fue replicado incluso por los medios de comunicación, los que comenzaron a seguir el ejemplo de las radios - limitadas a las zonas geográficas: Japón es un archipiélago montañoso y hasta el día de hoy su radiodifusión no supera los 90 HtZ- y a generar revistas y periódicos segmentados a los intereses de grupos reducidos de público.

Es así como en los 70s comenzaron a proliferar los movimientos ciudadanos locales, altamente influenciados bajo la idea de una industria cultural que resaltara los rasgos distintivos de cada región. Poco a poco este pensamiento fue adentrándose en la sociedad hasta el día de hoy, en el que los ciudadanos japoneses se reconocen como una sociedad propiamente individualista y que sin

46 UNESCO, (1987, diciembre) El Japón de Hoy”, artículo revista mensual El Correo

embargo cuida y exalta sus tradiciones. Actualmente el mercado cultural japonés apunta exactamente a esto: el encierro en sí mismos.

2.1.5 El caso de G-Dragon y Kiko Mizuhara.

Kwon Ji Yong, más conocido como G-Dragon, es muy popular. Él es el líder de BIGBANG, uno de los grupos masculinos más influyentes del mercado del K-pop. Pero además de su relevancia como compositor y artista, sorprende en muchas otras áreas. Según consta en el blog de noticias asiáticas en español SiesDestino⁴⁷, tanto él como su amigo y compañero de grupo Taeyang, fueron invitados a la semana de la moda en París como celebridades, oportunidad en la que no pasaron desapercibidos. Ellos aparecieron en la cuenta de Twitter de la importante revista mundial de moda WWD y en la cuenta oficial de Instagram de KENZO, gran diseñador japonés de fama mundial, fundador de la marca del mismo nombre. Semanas después, los dos *partners* fueron galardonados por New York Magazine como parte del ranking de los 45 mejor vestidos estilo Street en 2014⁴⁸. La revista señala que G-Dragon rompe los cánones de color, forma y género y por esta razón junto a Taeyang adquirieron muchos admiradores, entre los que están Karl Lagerfeld (Chanel), Alber Elbaz (Lanvin) y Carine Roitfeld (Saint Laurent)⁴⁹. Todo lo que él usa es siempre un referente de moda en Corea.

Esta capacidad de reinención, unida a su talento como compositor, le ha valido sustanciosos contratos publicitarios, convirtiéndose en una de las celebridades mejor pagadas: sus ganancias sólo por publicidad y derechos de autor,

47 Rossana 23, (2014, 20 de enero) G Dragon y Taeyang en la semana de la moda de París.

Soompi Spanish. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:

<http://www.soompi.com/es/2014/01/20/g-dragon-y-taeyang-en-la-semana-de-la-moda-de-paris/>

48 Youngjun Koo/IM KOO, (2014, 19 de diciembre) No. 42 — Taeyang and G Dragon. The Cut NYMagazine. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:

http://nymag.com/thecut/2014/12/45-best-dressed-street-style-stars-of-2014/slideshow/2014/12/19/street-style_awardsthe25best-dressedpeopleof2014/best-street-style-24/

49 Scobedo, Juliane (2014, 28 de enero) Taeyang, G-Dragon, and More: A Guide to the Style Stars of K-pop . NY Magazine, The Cut. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://nymag.com/thecut/2014/01/taeyang-g-dragon-more-a-K-pop-style-primer.html>

ascendieron el año 2014 a poco menos de 8 millones de dólares⁵⁰, y en el ámbito artístico, cuenta con 153 canciones registradas a su haber en la Asociación de Copyright Musical de Corea⁵¹.

Pero a pesar de su popularidad, tuvo que pasar un muy mal rato en Corea del Sur cuando se supo de su noviazgo con la japonesa Kiko Mizuhara. Por lo que nos cuenta SiesDestino⁵², la recepción de la noticia del noviazgo entre los dos personajes no habría sido la mejor, no tanto por la aprensión propia de las fans del cantante, sino más bien por la alocada vida de Kiko y su conocida reputación como defensora de la ideología imperialista japonesa, lo que no fue tomado de buena forma por el público que sigue a G-Dragon.

2.1.6 Las diferentes agencias de entretenimiento de Corea del Sur y Japón: La historia de las grandes corporaciones

Hasta el momento, en estas páginas se ha mencionado bastante sobre el *Hallyu* pero no se ha hecho mención a la historia que hizo aparecer el fenómeno.

Realizando un enfoque hacia la música coreana, « ¿entonces de donde salió el K-pop? “(...) Vale la pena recordar que los coreanos han sido durante mucho tiempo gente muy musical. Los diplomáticos chinos que regresaban a casa cientos de años atrás comentando como muchos coreanos amaban cantar. Incluso la música tradicional coreana era única en el este de Asia debido a su enfoque de “improvisaciones” de jazz y reinterpretación. La música occidental llegó a Corea al final del siglo diecinueve, trayendo nuevas escalas e instrumentos, y el jazz era bastante popular en los años 20. » (Russell, 2014, Capítulo 2, Párrafo 4)

50 Koreaboo (2014, 11 de diciembre) 10 Highest Paid Korean Idols. Koreaboo. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.koreaboo.com/spotlight/10-highest-paid-korean-idols/>

51 One Night of TV Entertainment. Programa de SBS, emitido el 24 de junio de 2015.

52 Kokoni (2014, 8 de octubre) Dispatch abre su caja y publica fotos que confirmarían la relación de G Dragon y Kiko Mizuhara. Si es Destino. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://siesdestino.com/2014/10/08/dispatch-abre-su-caja-y-publica-fotos-que-confirmarian-la-relacion-de-g-dragon-y-kiko-mizuhara/>

Como se ha mencionado anteriormente en el capítulo 1, luego de la división de las dos Coreas, Corea del Sur se levantó de una forma bastante rápida. “Por la década de 1960, Sur Corea estaba experimentando un renacimiento artístico, y uno de los más emocionantes aspectos de aquella era fue la música. Rock, folk y funk todo floreció a fines de la década del 60 y tempranamente en los 70 mientras que los jóvenes eran atrapados por una emocionante nueva era. Tristemente, sin embargo, esta era no duraría. El gobierno de Corea del Sur era bastante autoritario en ese tiempo y no muy aficionado por la contra-cultura elementos de esa época, así que esto se reprimió fuertemente en 1975. Muchos de los mejor músicos de Corea fueron enviados a la cárcel o expulsados de la industria musical, dejando una escena de la industria musical muy diferente. Los gustos también cambiaron, y por la década de 1980 el rock era menos popular, dejando baladas, sintetizadores cursi y una almibarada música pop (sin mencionar montones de hombreras de gran tamaño).” (Russell, 2014, Capítulo 2, Párrafo 5)

El gobierno militar finalizó en 1987 y junto con ello comenzó a funcionar una nueva Constitución.

Como relata el autor de *K-Pop Now!: The Korean Music Revolution*, durante los ochenta, Yong-pil había sido uno de los más grandes artistas. Respecto al folk, señala la importancia de Kim Kwang-suk quien era pro democracia. Respecto al heavy metal, Sinawe fue importante durante la década del ochenta y en los comienzos de los noventa. En los noventa Shin Seung-Hoon fue un famoso baladista. “Pero ninguno de estos actos eran K-pop como lo reconocemos.” (Russell, 2014, Capítulo 2, Párrafo 7)

Para el mismo autor, la fecha que marca el comienzo del K-pop moderno es el 23 de marzo de 1992 con el lanzamiento del primer disco de Seo Taiji and The Boys y la canción “Nan Arayo” (“Lo sé”). El grupo estaba compuesto por Seo Taiji (que

había dejado la escuela) y los bailarines Yang Hyun-suk (fundador de YG-Entertainment) y Lee Juno.

Pero “Seo Taiji no era el único que estaba soñando con estilos musicales nuevos, por supuesto. Otro productor que estaba tratando de imaginar los nuevos sonidos de una nueva generación era Soo-Man Lee. Lee había sido un cantante popular, DJ y presentador de televisión en los años setenta, antes de dejar Corea para estudiar ingeniería eléctrica en California. Mientras estaba estudiando ingeniería, estaba también estudiando a MTV y las mayores tendencias de la música estadounidense, y pensando en cómo llevar esas tendencias a Corea. Poco después de regresar a casa, Lee comenzó SM Entertainment. Él trató de crear estrellas a partir de varios prometedores talentos jóvenes pero no era bastante capaz de encontrar la fórmula mágica” (Russell, 2014, Capítulo 2, Párrafo 9)

El éxito le llegó con la creación de H.O.T (High Five of Teenagers). Según este mismo autor, “Lee combinó la energía de la nueva música estadounidense con un riguroso entrenamiento diseñado para crear estrellas jóvenes.”

Pero el creador de S.M no era el único que estaba creando nuevos sonidos. “Yang Hyun-suk, uno de los miembros de Seo Taiji and The Boys, comenzó YG Entertainment en 1996. Daesung Enterprise (hoy DSP) tuvo grupos como FinKL y Sechs Kies. Park Jin-young lanzó su carrera solista en 1994, y luego comenzó su propio sello musical. JYP Entertainment, en 1997. Con cada nuevo grupo, cada productor nuevo, el K-pop estaba creciendo, convirtiéndose en algo más brillante y mejor.” (Russell, 2014, Capítulo 2, Párrafo 11) Y junto con esto, las películas provenientes de Corea del Sur también obtuvieron éxito junto a la moda y otras expresiones artísticas.

Además, existe también el sello discográfico Cube Entertainment, que fue formado en el 2006 por Hong Seung.sung y Mónica Shin. Esta agencia posee a A-Cube Entertainment y Music Cube Inc.

El autor coreano Sangjoon Lee sentencia que “Ahn Jae-wook y otro grupo de la “primera ola” de K-pop (*Jung, this volume*) como Clon, H.O.T., y NRG, como también los dramas de la televisión coreana – particularmente *What is Love (Sanrang mwogillae, 1992)* *Star in My Heart (Pyol un nae kasum e, 1997)*- y los filmes *My Sassy Girl (Yopkijogin kunyo, 2001)* y *My Tutor Friend (Tonggap naegi kwaoe hagi, 2003)* iniciaron la llamada Ola Coreana, o *Hallyu* (Hanliu en la romanización China)” (Lee; Nornes, 2015, Introducción, Sección 2, Párrafo 3). Luego de H.O.T., vinieron grupos como S.E.S. (agrupación femenina), Shinhwa y Fly to The Sky.

Lee continúa diciendo que luego de esto se unieron al éxito –también en Japón- de la teleserie *Winter Sonata (Kyoul yon’ga, 2002)* para luego presenciar la fama de producciones como *Oldboy (2003)*, *Memories of Murder (Sarin ui ch’uok, 2003)* y *Spring, Summer, Fall, Winter....and Spring (Pom yorum kaul kyoul kurigo pom, 2003)*.

Según el mismo autor, la teleserie *Jewel in The Palace (2003)* fue traducida a mandarín para Taiwan y a cantonés para Hong Kong. Esto marca un hito de la expansión de las teleseries coreanas por el continente al cual pertenecen. En su libro, Lee afirma que «el sociólogo John Lie (...) discutió acerca de tres factores que han llevado el K-pop al mundo. Primeramente, el K-pop llenó un nicho entre el “urbanizado y sexualizado” pop estadounidense y lo local – con tradiciones nacionales- de la música popular de Asia y más allá. Segundo, el Estado coreano ha apoyado la Ola Coreana y el K-pop. Finalmente, posee altos valores

productivos (Lie 2012, 355-59). Como Lie pertinentemente argumentó, desde finales de la década del 2000, S.M., YG, JYPE, y otras agencias de talento han estado manufacturando colectivamente a través de artistas y productores de las industrias globales musicales, y el K-pop ya no es distintivamente coreano o “algo que puede ser universalizado para el resto de Asia” (Oh and Park 2012, 392). El K-pop se ha convertido en un nuevo “producto de exportación” que sigue el patrón de los productos coreanos que tienen un gran atractivo debido a la “combinación de un precio razonable y una calidad confiable». (Lee y Nornes, 2015, Introducción, Sección 2, Párrafo 5)

En el caso de Japón, el espectáculo y las luces tienen muchos más años que en Corea del Sur, sin embargo, la proliferación de empresas de entretenimiento dedicadas exclusivamente a la formación y promoción de nuevos artistas no viene desde hace mucho.

Una de las precursoras al respecto fue la Corporación Avex. Dedicada hasta ese momento sólo a la promoción musical, el año 2001 la compañía decide arriesgarse y abre su propia academia de talentos en Tokio: la Avex Artist Academy (AAA). Actualmente la AAA es una de las más reconocidas academias de talento en Asia, junto a Watanabe Productions.

Watanabe⁵³ es una empresa dedicada a la formación de nuevos talentos para en entretenimiento en los mass media. Para esto, tiene 3 tipos de escuelas de formación: Watanabe Comedy School, Watanabe Entertainment School y la Escuela de Reporteros.

53 Watanabe, (<http://www.watanabepro.co.jp>)

La Watanabe Comedy School tiene 4 programas distintos de formación a los que se puede ingresar por medio de una audición. Con aranceles que van entre los 1.280.000 y 465.000 yenes, los seleccionados podrán profesionalizar su talento como comediantes o escritores de guiones.⁵⁴

En la Watanabe Entertainment School se prepara a los niños y jóvenes para que puedan ser número 1 en cualquier audición a la que decidan entrar. El entrenamiento se basa en una lógica de un pilar denominado "SSC+C: Skill, Self Produce, Communication + Chance"⁵⁵, que asegura una forma integral de desempeño competitivo en sus alumnos.

Finalmente, la Escuela de Reporteras está especialmente dedicada a mujeres entre los 18 y 29 años, solteras y que no tengan ningún contrato con alguna agencia. Si pasan una audición, durante 4 meses serán instruidas en el reporteo, el modelaje y el jazz; todo por 99000 yenes⁵⁶

Johnnys's Entertainment es una de las agencias que aprovecha la formación primaria de estos talentos y los convierte en *seniors* del entretenimiento. Recluta jóvenes a partir de los 12 años y pretende convertirlos en artistas integrales que dominen el canto, el baile y la interpretación en un escenario. Sus "graduados" son los más cotizados en el país nipón para protagonizar dramas, series, películas, grupos musicales o anuncios comerciales. La empresa gestiona grandes conciertos en los que presenta a quienes han pasado por el proceso de formación, todos hombres. Johnny's es tan reconocida y grande que cuando uno de sus grupos está formado pasa a estar bajo la tutela de un *senpai* (los maestros) que son artistas ya debutados y que tienen la suficiente experiencia para enseñarles.

54 Watanabe Comedy School, (<http://www.we-school.net/wcs/info/boshu.html>)

55 Watanabe Entertainment School, (<http://www.we-school.net/wec/wec/index.html>)

56 Escuela de reporteros Watanabe, (<http://www.we-school.net/wes/fukuoka/reporter>)

Los miembros de estos grupos Junior cuando tienen un senpai, pasan a ser llamados kohai (alumno). Los grupos más populares de Japón pertenecen a Johnnys Entertainment (KAT-TUN, Arashi, NEWS)⁵⁷

La historia que parece ser más importante dice relación con el manga: En el libro “Frames of Anime: Culture and IMAGE BUILDING” de Tze-Yue G.Hu, se recabó una buena cantidad de información acerca de los comienzos del manga y la animación japonesa. Según el autor, “los pioneros fundadores de la animación japonesa fueron Shimokawa Ōten (1886-1970), Kōuchi Junichi (1892-1973), y Kitayama Seitarō (1888-1945). Cada uno completó su primer film animado en 1917. Shimowaka era un caricaturista satírico, Kōuchi era un caricaturista político, y Kitayama era un artista entrenado en la tradición occidental. Pese a que coincidentemente completaron sus primeros filmes de animación al mismo tiempo, cada uno experimentó y creó por su cuenta, trabajando de acuerdo a sus propios instintos artísticos. Las contribuciones del trío, incluyendo aquellas de sus futuros aprendices y discípulos, impulsaron el desarrollo de la animación japonesa.” (Hu, 2010, Capítulo 4, Sección 2, Párrafo 4)

El autor continúa señalando que Kitayama convenció a Nikatsu Film Company de abrir un departamento de animación y que también abrió su estudio propio. “Entre los aprendices de Kōuchi estaba Ofuji Noburo (1900-61) quien fue pionero en el uso de un papel especial transluciente japonés y animar figurines cortados en la pantalla. Los filmes animados de Ofuji fueron populares en la Europa de los años 20 (Bendazzi, 1994: 104) y atrajo la atención de las salas de cine allí.” (Hu, 2010, Capítulo 4, Sección 2, Párrafo 4)

57 Johnny's Entertainment, (http://www.johnnys-net.jp/page?id=index&lang=en_us)

Según el autor, por su parte Shimowaka se dedicó a hacer animaciones para varias compañías. Por su parte Kitayama, publicó un libro que se llama How to Make Animated Films en 1930.

Otros aprendices fueron Yamamoto Sanae que luego trabajó con Yabushita Taiji “quien fue una de los miembros clave de la producción de Toei Animation Company que fue fundada a mediados de los años 50.” (Hu, 2010, Capítulo 4, Sección 2, Párrafo 5)

Luego de estos siguieron grandes artistas como Seo Mitsuyo (serie de filmes Momotaro), “que fue un aprendiz de Masaoka Kenzo (1898-1989), quien fue un experimentado cineasta y un dibujante autodidacto.” (Hu, 2010, Capítulo 4, Sección 2, Párrafo 5) En cuanto a Masaoka - habla el autor- contribuyó en varios estudios antes de fundar uno propio. Murata Yasuji fue también importante.

2.1.7 Las productoras chilenas y la música asiática

En cuanto a Chile y las productoras, dos de las más reconocidas en la gestión y realización de eventos o conciertos asiáticos en Chile son NoiX y Bizarro. Las dos son las más nombradas entre los fanáticos y las que más público mueven, llenando teatros como el Caupolicán, estimado para unas 4500 personas.

Bizarro, en tanto, luego de su fusión con T4F, se comenzó a arriesgar con nuevos formatos musicales entre los que incluyó el K-pop. Realizando numerosos sondeos a través de las redes sociales, en los que las fans de estos grupos expresaron su opinión, se llegó a la conclusión que CNBlue era una de las más votadas. De esta manera, el 31 de enero del 2014 la banda surcoreana se presentó en el Movistar Arena, llenando el recinto que se dispuso para tal show.

NoiX Producciones han traído a nuestro país a grupos como TVXQ, X Japan o el nombrado Festival Music Bank. NoiX es particularmente cercano a los fanclubs, con los que se reúne y promociona estos conciertos, esa es la manera que tienen de operar, por lo que no incurren en grandes gastos publicitarios, al contrario de Bizarro.

2.1.7 Japón y Corea: El versus bajo las cámaras.

El ambiente bélico ha aumentado notoriamente la rivalidad entre los países pertenecientes al suroeste asiático. El cambio en el artículo 9 de la Constitución Japonesa sólo provocó una intranquilidad en sus países vecinos. La República Democrática de Corea ha decidido invertir 1,75 billones de won (1600 millones de dólares) en equipamiento de guerra, específicamente de combate aéreo⁵⁸. La hostilidad, por supuesto, también llega al mundo del entretenimiento.

La mañana del 9 de noviembre, el cantante surcoreano Lee Seung Chul se preparaba para visitar a un grupo de amigos en la ciudad de Tokio. Tomó el avión como tantas otras veces lo había hecho para cantar en numerosos conciertos en el país vecino, sin embargo, algo no iba bien.

Apenas aterrizó en el Aeropuerto de Haneda, Lee fue retenido en una sala del servicio de inmigración durante cuatro horas sin ninguna explicación de por qué estaba en ese lugar. Transcurrido ese tiempo, un oficial de menor rango le explicó

58 Elena (2014, 13 de noviembre) El Gobierno trata de lograr un acuerdo con Lockheed Martin sobre el proyecto de aviones de combate. Agencia de noticias Yonhap, sección Últimas Noticias. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://spanish.yonhapnews.co.kr/news/2014/11/13/0200000000ASP20141113000200883.HTML>

que no se le iba a permitir su ingreso al país y que tendría que ser deportado a Corea del Sur sin ningún motivo.

El cantante, totalmente sorprendido, le indicó que de no darle una razón que justificara su regreso, él haría público el incidente. Al ver la gravedad del asunto, el oficial le respondió que se debía a una condena por consumo de marihuana de hace 20 años atrás. Esta versión no tendría ningún asidero, porque tal como explicó su propia agencia, desde el incidente con drogas Lee habría viajado a Japón más de 15 veces, incluyendo conciertos que datan de hace más de 10 años⁵⁹.

“Inmediatamente pensé que esto se debe a Dokdo. Estaba indignado”, replicó el cantante a la cadena de televisión JTBC⁶⁰. Esto, porque él fue parte de la celebración de la liberación de Corea del Sur el pasado 14 de agosto.

El evento festejaba un día antes la conmemoración de la independencia de Sur Corea tras 35 años de ser colonia japonesa (entre 1910 y 1945). El famoso cantante fue quien estuvo a cargo de dirigir e interpretar -junto a un grupo de desertores norcoreanos- la popular canción “That Day”. Este tema es muy significativo para las Coreas, pues expresa la unificación del pueblo hoy separado por políticas completamente distintas. Dokdo es entonces, según uno de los participantes del evento “nuestra tierra, amada por los coreanos del sur y del norte. Es como un puente que conecta las dos Coreas”.

59 Op. cit

60 IP (2014, 12 de noviembre) Japón niega la entrada a un cantante surcoreano Lee Seung-chul. International Press Digital, sección Noticias. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://es.ipcdigital.com/2014/11/12/japon-niega-la-entrada-un-cantante-surcoreano-lee-seung-chul/>

Dokdo es el nombre que el pueblo surcoreano utiliza para el territorio que en Japón se conoce como los islotes Takeshima. A pesar que este territorio jurídicamente pertenece a EE.UU., este país permite la administración de Corea en sus territorios, los que fueron arrebatados a Japón luego de la Segunda Guerra Mundial. Similar al Día del Mar en Bolivia, los japoneses celebran el Día de Takeshima y a los niños se les enseña en las escuelas que esas islas son suyas. Seung Chul aseguró a JTBC News Room que “sonaba a que estaban hablando de Dokdo. Creo que estaban siendo vagos en sus respuestas porque podían causar problemas”. Tanto el intérprete como su agencia aseguraron que esta situación no quedaría impune.

Horas después de regresar a Corea del Sur, Jin&Won Music Works aseguró que “cualquier persona podrá descargar o enviar la canción”, haciendo referencia a las tres versiones (en solitario, junto al coro y en inglés) de “That Day” que subieron a su sitio web de forma gratuita. Y no sólo eso: todos los ingresos que se realicen por medio de reproducciones y derechos de autor de esta canción, serán donados a fundaciones que promuevan la reunificación coreana. Esto se puede ver desde el lado japonés como una clara provocación.

En una conferencia de prensa, el cantante señaló: "Quiero que la gente sepa que esta canción es sobre la reconciliación y la restauración, no se trata de la discordia o un conflicto de interpretación negativa como Japón lo ve", dijo Lee. Agregó: "Espero que todos en todo el mundo escuchen la canción y piensen en la reunificación de Corea y la soberanía de Corea sobre Dokdo".⁶¹

Sin embargo, Yoshihide Suga, portavoz del gobierno japonés, aseguró que la deportación de Seung Chul fue totalmente apropiada y no tiene ninguna relación con la disputa por las islas Dokdo. Explicó en una rueda de prensa el 12 de

61 Woo-young, Lee (2014, 13 de noviembre) Singer Lee Seung-chul releases 'The Day' for free. Hi! K-Pop. Consultado el 9 de diciembre 2015 en la WWW: http://en.hikpop.com/post/read_p.html?p=114849

noviembre que no revelaría el motivo por el cual el cantante fue deportado, ya que violaría el principio de confidencialidad, pero que la decisión del Ministerio de Justicia era correcta.

Para el gobierno surcoreano esta explicación no es suficiente y ya enviaron un representante para exigir “una explicación racional y convincente”, según consignó el medio de comunicación coreano KBS, la que hasta julio de 2015 aún no llega por parte del gobierno japonés⁶².

2.2. Profesionalizando los talentos: ¿Cómo vivir de lo que me gusta?

2.2.1. De Otakus a K-popers desde la mirada comercial.

Según consigna el diario Korea Herald, en Chile al año 2013, existían 20 mil seguidores de K-pop, los cuales pertenecían a cerca de 200 fan clubs repartidos en todo el país⁶³. Según consigna el mismo medio, las cifras han sorprendido gratamente a los productores del entretenimiento coreano: desde el inicio de la noche coreana en 2008, los espectadores subieron de 500 a 100.000 en sólo cuatro años. Para el concierto de JYJ se vendieron 5000 tickets, agotando las entradas y, por último, el show de KBS Music Bank citó a más de 11 mil personas en Viña del Mar en noviembre del 2013. Es un mercado muy atractivo y que mueve millones de pesos.

62 KBS (2014, 12 de noviembre) Japón niega que deportar a Lee Seung Chul tenga que ver con Dokdo. KBS World Radio, sección Política. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_Po_detail.htm?No=42907&id=Po

63 Hyon-Hee, Shin (2013, 27 de enero) K-pop craze boosts Korea's public diplomacy. The Korea Herald, sección National. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20130127000290>

Pablo Andrade tiene 33 años. Es conocido tanto en el mundo del anime como entre los seguidores del K-pop y se ha convertido en un verdadero nexo entre la cultura coreana y nipona en nuestro país. Es dueño de cuatro locales (dos en el Mall Chino, otro en Maipú y el último en Viña del Mar) relacionados con el mercado cultural asiático. Mientras muchos seguidores del *J-ROCK* y del manga adquirirían de su personaje favorito algún apodo, su sobrenombre “*Otaku*” proviene de las horas que pasaba dedicado a las historias de los dibujos animados japoneses.

Coanimó junto a Claudio Ortiz (también conocido como Klaudio PSX) el programa radial “Resident 40” en la radio 40 Principales, el cual fue una reversión del antiguo Resident Hit, el primer programa radial dedicado por completo a la cultura asiática. Dentro de los hitos de este espacio, se encuentran las 55 horas ininterrumpidas de música asiática que transmitieron en una maratónica jornada, marcando un hito en la radiofonía chilena.

Pablo Otaku realiza eventos junto a personas de su staff y compañeros de la radio en todo Chile, siendo el más importante de todos, el encuentro mensual de seguidores del *Hallyu* “Hanguk Festival”. Sin embargo, fiel a sus gustos, anima y participa en eventos de anime, reconciliando lo comercial con lo personal.

-¿Cuál de las dos industrias prefieres?

-Como industria del pop, Corea. Como industria de animación, Japón. Y respecto a rockeros, igualmente Japón.

-O sea que te quedas con Japón...

-Todo el rato. Si mañana me dices “tengo un pasaje para Corea o Japón. Elige”, yo me voy a Japón. Tengo mucho más que hacer allá que en Corea.

-Para ti, ¿cuál es la principal diferencia entre lo coreano y lo japonés?

-Bueno, que ningún otro país puede producir anime (refiriéndose a Japón), porque eso es una cosa de años y es todo un tema. Además, la diferencia estética de las personas: el coreano es muy superior estéticamente al japonés.

-¿Encuentras más lindos a los coreanos?

-Sí, absolutamente. De hecho es una crítica que yo le hago siempre al tema de por qué el K-pop entró tan fuerte a Japón. Por ejemplo, un grupo ícono es Arashi (grupo japonés). Pero tú ves a Arashi y llevan diez años vistiéndose de la misma forma. Siguen teniendo las mismas coreografías malas. No hay un avance. Y es porque ellos están bien así. Para el consumo interno están perfectos. Pero ¿qué pasó cuando llegó el K-pop? Se les movió el piso. Quedó la embarrada y tuvieron que cambiar obligatoriamente. Y bueno, el K-pop se ha dejado influenciar por occidente. Crearon una mezcla muy pegote y la reventaron. Y eso también tiene que ver con lo estético. Están muy preocupados de las caras y más.

-¿Cuál ha sido el sentido del manga, anime, K-pop, J-ROCK , doramas, etc. en tu vida?

-He visto de todo, sí. Doramas he visto, pero creo que no veré más doramas porque el último que vi me dejó mal (risas). Qué terrible. Yo he analizado porque los coreanos tienen que hacer ese tipo de series y yo creo que es porque tienen un nivel de vida tan alto que necesitan algo para sufrir (risas). Es que es demasiado. Vi doramas japoneses al principio y después con los coreanos nos dimos cuenta de que había harto público, mucha gente. Hay un mercado bastante explotado...

Pablo es un fanático, pero primero es comerciante. Lo tiene muy claro. “Lo veo todo desde el punto de vista comercial”, señala sin pudores cuando acepta que el mercado cultural coreano es el que lleva la delantera, muy por delante de los japoneses. “Vende más el coreano. Los únicos grupos japoneses que siguen vendiendo DVDs y posters son Dir En Grey y The Gazette en el *J-ROCK* .”, enfatiza.

-¿Crees que en algún momento dejarás tu afición por lo asiático?

-Intenté decir “no más” pero no pude. Yo soy feliz siendo *ñoño*. Nunca dejaría de ser *ñoño*. De hecho a mi hijo lo estoy convirtiendo en *ñoño* como yo. La peor etapa es cuando estamos estudiando en la universidad. Otra etapa es cuando estás más grande y puedes pagar tus aficiones -cuando trabajas- y tienes plata para pagar estupideces... gasto mucha plata en tonteras. Cuando me sobra plata del mes, la uso para gastar en juegos, algunas figuras.

-¿Y tienes muchas cosas en tu casa? ¿Tienes reliquias?

-Sí. Tengo reliquias. Tengo *DVDs* antiquísimos. No soy coleccionista pero hay cosas puntuales que me fascinan y que son como un tesoro para mí. Tengo unos posters autografiados por una *mangaka* (dibujante de manga). Y bueno, me gusta el carrete *ñoño* pero para mí son juntarme, un copete, jugar cartas o ver algo y jugar videojuegos. Igual puedo carretear con gente normal. Aunque me aburro un poco la onda tan juvenil. La discoteque y ese tipo de cosas me cargan. Soy más de carretear en la casa.

-¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

-Me gusta todo. Me encanta vender. Soy muy comerciante. Desde el colegio fui así. En los recreos vendía cosas. Vendía pasteles, chocolates. Con esa plata me compraba animé. Juntaba una *luca* al día vendiendo y tonteras. Juntaba cinco *lucas* a la semana y con eso me iba al persa Bío Bío. Llegué a tener una colección increíble de *VHS* y eso después se lo arrendaba a mis compañeros del colegio. Los arrendaba y hacía plata. Siempre me ha gustado el tema del comercio.

-¿Qué piensan tus familiares actualmente respecto a lo que te dedicas?

-Siempre me decía mi mamá: “a dónde vas a llegar con todo esto de los monos chinos. No te van a dar de comer”. Y bueno aquí estoy (risas). En un minuto intenté adaptarme a una vida social normal y tener un trabajo normal. Ese tipo de cosas. Pero no pude. No era lo mío. No podía. Lo intenté. Fue arriesgado, me

demoré varios años en realidad. Ya llevo hartos años en esto, de sufrimiento y pobreza hasta llegar a lo que tengo ahora. No es fácil. Es complicado. La gente no me decía “haz una tienda”. Si puedes estudiar una carrera, ganar *lucas* y llegar tranquilo a tu casa a descansar: *¡la raja!*, pero en este negocio es diferente. Estamos metidos en muchas cosas. No es llegar a la casa a ver una película. Tienes que estar pendiente, llegar a hacer contenidos para la radio, contenidos para la tele, tener mercadería para el local, ver los eventos.

El camino de Pablo no fue fácil. Su personalidad tímida no le facilitaba las cosas y sólo logró establecer relaciones virtuales con personas de sus mismos gustos. Era 1997 y sólo había sido parte de unas cuantas “juntas ñoñas” en espacios comunes de edificios. Eso sería el principio de la comunidad afín a la cultura asiática en Chile:

“No conocía a mucha gente del mundo real. Era pura gente virtual. Un día se nos ocurrió juntarnos en algún lugar. Esa vez fuimos a la casa de la Salomé. Y nos juntamos en el metro El Llano, en Gran Avenida. Me acuerdo que esa vez llegó mucha gente. Llegaron muchas minas y yo estaba para adentro. Era un mundo extraño y desconocido eso de las mujeres. Y así nos juntamos a ver un ciclo de anime y ahí partió todo. Moví harta gente e hice muy buenos amigos que hasta el día de hoy están.”

-¿En qué momento apareció el K-pop en tu vida?

-Yo diría que el 2008 o el 2009. En el Eurocentro teníamos un local con un ex socio. Ahí vendíamos animé y cosas de ese tipo. Y de pronto, llegó una mujer -que es una gran amiga hasta el día de hoy- con una *brujería* en unos DVDs de un grupo que se llamaba DBSK. Y dije ¿qué es esto? Y vimos que se empezó a vender. Había un evento en el Normandie en el que se tocaba pura música japonesa y entre medio empezamos a meter DBSK.

-¿Y cómo fue la recepción al principio?

-¿La gente? Bien. Llegó más gente. Empezamos a vender los DVD y era puro DBSK, DBSK. Y luego empezaron a aparecer otros grupos. Apareció Super Junior y yo pensaba ¿Tanta gente en un grupo?

2.2.2. Del Teatro a la Disco.

El 31 de octubre se celebra en Chile, como en muchas partes del mundo, la fiesta de Halloween. Esta costumbre traída desde el extranjero no es la única moda que tiene cabida ese día en el barrio Patronato de Santiago. En medio de numerosas tiendas de ropa de fabricación nacional, prendas importadas desde distintas partes del mundo, comida chatarra, *wantanes* y productos de barata manufacturación, que se pueden ver en la disco Punta Brown.

El centro nocturno se caracteriza por ser uno de los referentes de la capital en el *carrete*. Siempre a la vanguardia de las canciones más populares del momento. Sin embargo, este día hay algo distinto: La Zombie Attack K-pop Revolution.

Margarita Trujillo es la dueña de Dream Production. Junto a su hermana, asiduas fanáticas del K-pop, decidieron salirse del típico estereotipo de los eventos de este tipo y, arriesgándolo todo, jugársela por una fiesta de día y, además, con música de pop coreanaailable en una discoteque. Complicado considerando que el antecedente más masivo y exitoso que existe es el Hanguk Festival, que se realizaba en el Cine Arte Normandie, con el público sentado.

A partir de invitaciones a sus amigos, lograron formar un *staff* de 15 a 20 personas. Junto a ellas organizan cada dos meses un evento único en su especie y que congrega en promedio a más de 600 personas. Todas disfrutan de una gran cantidad de videosailables de sus artistas favoritos, grupos de baile y comida asiática. Además hay puestos de venta de CDs, DVDs, posters, chapitas y un sinnúmero de objetos con la imagen o el logo del grupo o *idol* coreano de su preferencia.

-¿Cómo funciona la producción del evento?

-Nosotros tenemos una postulación de grupos. La gente que quiere participar nos envía un correo y nosotros seleccionamos. Por ejemplo, para este evento tuvimos cerca de 50 correos y sólo son 10 grupos por tanda, entonces en el staff nos organizamos para ver los videos y los tiempos. Incorporamos ideas nuevas cuando nos reunimos 1 o 2 veces al mes y cada uno agrega sus ideas o lo que le gustaría hacer.

-¿Es caro hacer un evento de K-pop?

-Lógico. Las discoteques en Chile son bastante caras. Este evento no se puede hacer en un teatro o en un lugar así, es súper distinto en el tema de los precios y la comida.

Tamara Trujillo, la otra dueña de la productora señala que se planifica cada evento con especial atención, por lo que ninguno es más importante que el otro. Su hermana Margarita coincide con su opinión: “Es muy difícil y caro. Organizar a las personas nos quita mucho tiempo, por eso tenemos al staff. No se les piden grandes cosas: que se encarguen de los grupos de baile, en el escenario, los animadores. Hay todo un trabajo atrás para lograr esto.”

-¿Puedes vivir de esto o es sólo un hobby?

-Yo creo que es una mezcla de los dos. Es un hobby y a la vez un trabajo. Yo en este momento estoy estudiando, entonces esto igual me ayuda para los estudios.

-¿Cuánto se puede ganar mensualmente?

-Nosotros no tenemos un ingreso mensual por esto. Como este evento lo organizamos cada mes y medio o dos meses, por evento vamos ganando. Hay ingresos por las entradas del evento o por la comida y todo eso se va a un fondo común.

-¿Se dividen en partes iguales las ganancias?

-Claro. Primero lo que hacemos es ver la próxima fiesta, lo que necesitamos comprar, la temática, lo que se va a invertir y después la ganancia se va al fondo común para futuros proyectos.

-Entonces no te da para mantenerte...

-Lo que pasa es que al staff no se les paga. Solamente la “sociedad” entre nosotras se reparte las ganancias.

-¿Por qué te gusta hacer esto? Dijiste que era un hobby?

-Yo escucho K-pop hace aproximadamente dos años. Con mi hermana vimos que se hacían eventos, pero con otra temática: en cines o con concursos de baile y nosotros queríamos una cosa distinta. Queríamos que la gente lo pasara bien, que escuchara música y bailara. Por eso implementamos el evento en una discoteque.

2.3. Suprimir el costo del espacio: Las posibilidades del comercio virtual.

No todos tienen la fortuna de surgir de forma tan rápida como lo hizo Pablo Andrade o simplemente no tienen los recursos o el capital necesario para comenzar con un local comercial para importar productos traídos desde Asia. Por esta razón, hay personas que exploran un mercado incipiente en Chile: la tienda virtual.

Esta es la alternativa que tomó Daniela Collio, de 25 años, quien lleva 5 años en un exitoso negocio vendiendo productos de manufacturación propia como tazones o poleras con diseños de animación japonesa, personajes de dramas o artistas asiáticos.

Lo que comenzó como un *hobby* se transformó en un trabajo a tiempo completo, por lo que decidió arriesgarse y dejar su puesto en una reconocida cadena farmacéutica para dedicarse a esto. Así nació la Tienda HadeStore, que comenzó como tienda online para luego tener un establecimiento físico. Sin embargo, el emprendimiento no sobrevivió y tuvo que continuar siendo parte de internet nuevamente.

-¿Y por qué decidiste abrir una tienda de productos asiáticos?

-Empecé a vender online por un tema de gusto al principio. En ese tiempo las tiendas en general vendían puras cosas antiguas (risas), entonces empecé a vender cosas de ese rubro pero más actuales y de a poco me quede con la tienda.

-¿Por qué se cerró?

-Estuvimos como 3 años con local y tuvimos que cerrar por un tema de que donde estábamos se había puesto muy malo. No por nuestro público, sino por lo externo. Mucho *flaite*. Empezaron a haber peleas y todo eso en los locatarios vecinos, entonces preferimos cerrar.

-¿Crees que es un buen negocio vender productos culturales asiáticos (música, tv, cine)?

-En lo personal creo que es bueno, pero cuando el dueño o el que está a cargo de la tienda sabe respecto al tema. Así es bueno económicamente para el dueño porque sabe lo que vende y bueno para el consumidor porque se lleva algo de buena calidad o algo que realmente busca.

**-Llevas 5 años en esto, ¿crees que es un negocio rentable a largo plazo?
¿Cuánto tiempo más crees que puedas mantenerte en esto?**

-Como te comenté, es rentable siempre y cuando se sepa del tema. Puedo mantenerme en esto ya que constantemente me actualizo en el rubro del local. Conozco las series del momento, los productos estreno en Asia, etc., etc. Generalmente cuando sabes mantenerte actualizada en un tema, puedes mantener cierta estabilidad en el rubro.

Natalia Hurtado hace más de un año maneja su propio emprendimiento a través de una página en Facebook. Si bien Tienda Humo cuenta con un grupo de clientes estable, su dueña ve aún como una posibilidad lejana el establecer un local comercial físico, aunque es una de sus más grandes aspiraciones.

-¿Por qué se ve lejano?

-Porque para tener un local hay que tener hartas *lucas* y una inversión que hoy día no se tiene, entonces mi tienda tiene que crecer y tener los medios suficientes para poder abrir.

-¿Cómo empezaste?

-Porque yo era *fans* de DBSK⁶⁴, soy Cassiopeia⁶⁵. Me fui metiendo en el ambiente, se fueron dando las oportunidades y surgió la tienda. Al ambiente llegué por eso.

-DBSK fue un catalizador en el momento del origen de la tienda, pero ¿Por qué seguir vendiendo productos asiáticos?

-Como nos incluimos en ese mundo, se fueron dando las cosas y como en este ambiente hace un año atrás no existían tantas tiendas como existen ahora,

64 DBSK es la sigla de Dong Bang Shin Ki, dioses del Este en coreano. Es un grupo masculino que en sus inicios estuvo compuesto por 5 miembros y hoy, luego de una disputa legal con su compañía SM Entertainment, sólo por 2: Yunho y Changmin. Los otros 3, JaeJong, Yoochun y Junsu, se separaron y conformaron un nuevo grupo llamado JYJ, apadrinados por la compañía Cjes Ent.

65 Nombre dado a las fans de DBSK.

también se veía rentable. Ahora tú ves que hay harta competencia, hay harta gente más que también quiso hacer su negocio online, pero hace un año atrás era un negocio bastante rentable. Aún lo es, pero en ese tiempo uno lo piensa mucho más porque no había tanta competencia, entonces tú dices “tenemos que puro hacerlo” (risas) Entonces es por eso. Por eso esa área y no otra, porque en ese momento estaba menos explotado, no había tanta oferta.

-¿Sigue siendo buen negocio?

-Sí. No creo, ni he pensado que alguna vez que se pueda acabar.

Natalia cuenta que la mayoría de sus clientes son mujeres y usualmente jóvenes. También parte de su clientela estable la componen personas entre los 30 y 40 años, aunque no son tan frecuentes como los veinteañeros.

-¿Cuánto es lo que compran, en promedio?

-En promedio más o menos deben ser unos diez mil pesos, porque al ser jóvenes no son mucho de gastar grandes cantidades en una sola compra. Generalmente son clientes que se van repitiendo en el tiempo, pero que no superan los diez mil pesos en compras.

-¿Cuál es tu horario de trabajo?

-Es bien indefinido, la verdad. Se puede trabajar todo el día. No tenemos un horario establecido. Según la demanda que tengamos es el tiempo que vamos a trabajar durante el día. Si no hay mucho movimiento podemos relajarnos, pero si hay mucho, podemos estar hasta tarde trabajando.

Isolina Olave tiene 23 años y estudia Ingeniería Comercial. Como fan de la música asiática ha sido clienta durante años de distintas tiendas en internet y ha pasado por buenas y malas experiencias. Hasta que decidió dar el paso y tener ella su propia tienda.

Tiendita Tuzki no tiene la experiencia de la Tienda Humo o HadeStore porque partió con la venta de productos traídos directamente desde Japón y Corea recién el 16 de octubre de 2014, pero “Lina” tiene grandes aspiraciones con ella.

-¿Cuánto tiempo llevas en el mundo asiático?

-En el mundo asiático llevo 10 años. Como antes no existían muchas tiendas relacionadas con el tema del K-pop y las pocas que venían, como eran pocas, vendían muy caro. Entonces al adquirirlos, yo consideraba que era excesivo el precio para que te llegara sólo un producto. Cuando logré tener tarjeta de crédito, lo hice. Yo quería acceder a esos productos con mi tarjeta de crédito, pero no a un precio tan alto. Yo pensaba en aquellas personas a las que les cuesta juntar los pesos, porque no trabajan y son dependientes de sus papás. Por eso se me ocurrió comenzar con la tienda.

-¿Has pensado en abrir una tienda física?

-Sí, a futuro. Como estoy estudiando, no se puede invertir tiempo ni dinero en grandes cosas, pero sí a futuro es algo que quiero tener.

-Si hicieras un cálculo promedio de venta mensual, ¿A cuánto ascendería?

Yo creo que desde los cien mil pesos a los doscientos mil pesos, así como cuando mejor me va.

-¿Qué es lo que más vendes?

-En este momento lo que más vendo son accesorios, como pulseras, vestuario y cosas de belleza. El CD sale, pero no mucho porque hay mucha competencia de Cds.

-¿Vendes doramas o películas?

-No, solamente hago entregas de Cds, vestuario y cosas de bazar, papelería. Como un minimercado por internet.

-¿Cuánto tiempo más crees que pueda durar tu negocio?

-Pronostico que puede ser sobre dos o tres años más. Es algo que quiero continuar por lo mismo, como estoy estudiando una carrera que tiene que ver con economía y negocios, quiero el día de mañana abrir mi propia empresa en un negocio físico.

-Y tú, ¿qué es lo que más consumes en productos asiáticos?

-Yo lo que más compro ahora que tengo la tarjeta, son los Cds. Como no salen mucho, al final los termino comprando yo. (Risas)

- ¿De quiénes?

-De Infinite y DBSK. Soy Cassiopeia.

2.4 Individualismo versus crecimiento personal: El atractivo nicho comercial de las artes marciales.

La página web de PROPYME, la Comunidad Empresarial de Micro, Pequeños Empresarios y Emprendedores de Chile recomienda algunos negocios para iniciar

desde casa⁶⁶. Ninguno requiere un capital inicial demasiado grande y son muy rentables. Entre ellos destaca la posibilidad de emprender gracias a una escuela de artes marciales.

Esta posibilidad se abre debido a que actualmente hay una percepción de alza en la violencia. Esta información es corroborada por el último reporte estadístico de carabineros, donde se informa que los delitos que más han aumentado en comparación entre 2014 y 2015 durante enero – mayo, son los que incluyen alguna acción violenta, como el robo con fuerza (6,8%) o el robo con intimidación (4,7%). Por el contrario, los que han disminuido más durante el mismo periodo, son los que no incluyen el ejercicio de la fuerza en la víctima como el robo por sorpresa (-6,0%) y el hurto (-3,2%)⁶⁷. Según la directora ejecutiva de la Fundación Paz Ciudadana, Catalina Mertz, la calidad de vida de los chilenos se ha visto muy afectada porque desde el año 2010 hasta hoy, la percepción de la delincuencia ha crecido en un 55,1%.⁶⁸

También está el factor de vivir saludablemente, lo que es toda una tendencia en estos días. Según una encuesta del Centro de Medición de la Universidad Católica de Chile (MIDE UC)⁶⁹, un 76,4 por ciento de las personas auto-percibe que su estilo de vida es saludable. Quienes llevan la delantera en este sentido son los

66 Pro Pyme. (2014, 15 de septiembre) Buenos negocios para iniciar desde casa. Pro Pyme Chile. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.propymechile.com/tips-pyme/8509-tips-para-pymes-entrevistas.html>

67 Departamento de Análisis Criminal (2015) REPORTE ESTADÍSTICO ENERO–OCTUBRE 2014/2015, NACIONAL Y REGIONAL. Carabineros de Chile, Dirección de Orden y Seguridad. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: http://www.carabineros.cl/InformeEstadistico/pdf/INFORME_ESTADISTICO.pdf

68 Paz Ciudadana (2015, 13 de julio) Paz Ciudadana en II Cumbre de Seguridad Metropolitana: “La inseguridad afecta la calidad de vida de los chilenos”. Paz Ciudadana. Sección Noticias, Prensa. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.pazciudadana.cl/prensa/paz-ciudadana-en-ii-cumbre-de-seguridad-metropolitana-la-inseguridad-afecta-la-calidad-de-vida-de-los-chilenos/>

69 Cortés, Flavio; Méndez, María Jesús; Herrada, Max (2013, Julio-Agosto) ¿Cuán saludables son nuestros hábitos de vida? Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.mideuc.cl/mide-sociedad/nuestros-estudios-y-proyectos/2-estudios-de-valores-actitudes-percepcion-social-y-opinion-publica/estudio-habitos-de-vida-saludable-en-los-adultos-chilenos-2013/>

jóvenes: En la última encuesta realizada a adolescentes entre 15 y 29 años, un 53% de ellos señaló que realiza deportes habitualmente, esto quiere decir, al menos tres veces por semana en sesiones de mínimo 30 minutos⁷⁰. Esto habla de un interés por consumir y adoptar rutinas que fomenten el buen y sano funcionamiento del cuerpo.

2.4.1 Público fiel y reducido, único negocio disponible: Ganancias aseguradas.

Las oportunidades no sólo se restringen a quienes enseñan las artes marciales, sino también a quienes proveen de los implementos necesarios para practicarlas. Es el caso de Punto Marcial, quienes hace más de 9 años distribuyen a todo Chile productos de la mejor calidad posible, relacionados a los deportes de contacto. Nicolás Álvarez es vendedor de una de las dos sucursales de la empresa.

-¿Por qué deciden involucrarse en este ámbito comercial?

-Es un negocio no muy masificado pero si es bastante rentable. El tema de que haya pocas tiendas te hace poder captar más clientes y mantener cierta clientela. La gente sabe que la tienda está acá, en el Eurocentro. No es difícil encontrarla, es céntrico así que de esa forma termina siendo un negocio bastante rentable.

-¿Por qué crees que los chilenos se interesan en las artes marciales, siendo un país tan lejano?

-Es que las artes marciales han estado en Chile hace bastante tiempo, pero por un tema de defensa personal, para desarrollar su personalidad.

70 INJUV, (2013, julio) TENDENCIAS: EN BUSCA DE UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE INJUV, RT Blog, Tendencias. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.injuv.gob.cl/porta1/rt-blog/numero-6-julio-2013/tendencias-en-busca-de-un-estilo-de-vida-saludable/>

-¿Tú practicas artes marciales?

-Sí. Yo practico Kenpo Karate como desde los 9 años. Hace poco había partido con Karate-Do, estilo Gōjū Ryū⁷¹ y empiezo a tomar en cuenta retomar con Aikido⁷² que estuve también entrenando cuando chico.

-¿Cuál crees que es tu público objetivo?

-Los instructores, cinturones negros, gente que compra del IND⁷³, militares. Todo tipo de público.

-¿Cómo son tus clientes? ¿Cuál es su disposición al comprar?

-Llega de todo en realidad: desde la persona que es más desinhibida, pregunta para aprender y termina practicando hasta instructores o maestros con los que uno comienza a conversar y aprende de ellos porque son personas que llevan años entrenando.

- ¿Cuál es el traje que me saldría más barato y cuál más caro y por qué?

-Hay dos tipos de traje en Karate. Vendemos el Wacoku⁷⁴ que es para Kumite⁷⁵ que es de poliéster y sale \$20.000. El otro es para kata que es para presentaciones de forma y cosas así, por lo tanto es un traje más grueso, es de lona. Tiene la particularidad que cuando uno va haciendo los kata, las formas, va haciendo los movimientos, va sonando por eso es mucho más grueso. Es un poco más rígido si pero es bastante mejor la calidad del traje. Ese sale \$50.000 que es como la diferencia de precio que tienen.

71 Ver Glosario

72 Ídem

73 IND: Instituto Nacional del Deporte

74 Ver Glosario

75 Ídem

-¿Venden cosas coleccionables?

-Claro. Vendemos por ejemplo armas. Vendemos artículos de defensa personal para llaveros como los kubotanes, yawaras⁷⁶ y llaveritos de diferente índole. Por ejemplo tenemos algunos llaveros de box... de todo.

2.4.2 El sacrificio de la filosofía por el mercado cultural.

Si bien las artes marciales se configuran como un excelente nicho de negocio en el que con pocos recursos, podemos adquirir un gran capital en poco tiempo, eso dista mucho de la filosofía propia de los deportes de contacto traídos desde Asia.

Al respecto nos ilustra alguien que fue un verdadero referente en este tema durante muchos años en el cine mundial: Bruce Lee. En una entrevista concedida a John Little el año 1965, el actor establece la verdadera finalidad de las artes marciales en su vida:

“La verdad es que yo no enseñé karate porque no creo en los estilos. No creo que exista un estilo chino de lucha o un estilo japonés de lucha o de cualquier otro país. Tendrían que haber humanos de tres brazos o cuatro piernas para que existiera un estilo distinto de lucha [...] ¿Por qué digo eso? Porque tenemos dos brazos y dos piernas y lo importante es saber cómo utilizarlos para sacarles el máximo partido [...] Para mí las artes marciales consisten en saber expresarse con sinceridad, eso es muy difícil de hacer”.

Los creadores de los estilos empezaron con hipótesis pero ahora se han convertido en una Biblia para ellos y la gente que se mete en esas cosas se convierte en un producto. No importa quién seas y cómo seas. No importa la constitución que tengas ni cómo estés hecho. Eso no importa. Entrás ahí y te

⁷⁶ Ver Glosario

conviertes en un producto y eso para mí no está bien. Si no tienes un estilo y dices “bueno, aquí estoy yo y soy un ser humano ¿Cómo puedo expresarme plena y totalmente? De esa forma no se crea un estilo, porque el estilo es una cristalización, así se evita en él un proceso de crecimiento continuo.”⁷⁷

La filosofía de las artes marciales nos remite a un crecimiento del que está siendo instruido, el que dista bastante de la presión por lo instantáneo de la actualidad. Para el sensei⁷⁸ mexicano Mario Neri, una enseñanza ruda, filosófica y espiritual son esenciales en la formación de los estudiantes. Sin embargo, él comparte un pensamiento pesimista acerca de lo que él cree es una “enseñanza fácil, superficial y basada nada más en movimientos físicos.” (Neri, 2013).

Todo esto dista bastante de la formación que él dice haber recibido: “En la época en la que yo empecé a entrenar, los sistemas eran largos, había infinidad de técnicas que tenías que aprender para llegar a cinta negra, y un sinfín de desafíos para lograrlo. Hoy en día, un cinta negra se forma en un par de años, y aunque físicamente pueda tener la habilidad física, no la tiene en lo emocional y en lo espiritual.”

El peligro de establecer dojos (Neri, 2013) como forma de negocio consiste justamente en sacrificar el crecimiento personal de quien está aprendiendo, por la visión individualista en la que no importa la filosofía y la forma de vivir que proporcionan las artes marciales, sino la cantidad de cosas que se puede aprender en la menor cantidad de tiempo.

77 Bruce Lee en sus propias palabras (Bruce Lee in his own words). Entrevista a Bruce Lee
Realizada en 1965 por John Little. Documental. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la
WWW: <https://www.youtube.com/watch?v=-X-MdvYE0Zk>

78 Ver Glosario

2.4.3 “Dojo y familia”: el negocio de un chileno

Son las 5:00 AM y un grupo de personas se alistan con trajes blancos para recibir una clase de karate en Providencia. Será el Sensei Fernando Portus, de 51 años, quien dictará la clase de hoy. El 7º dan se prepara junto a sus alumnos para iniciar un día que no terminará hasta 7 horas más tarde, cuando termine su última clase. El Sensei Portus conoció a los 9 años el mundo de las artes marciales. En ese tiempo sólo a través del cine era posible saber un poco más sobre el tema pero ese tipo de películas eran exclusivas para mayores de edad. En su colegio se comenzó a impartir Tae Kwon Do (Arte Marcial coreana) como un taller y se inscribió sólo por curiosidad.

Comenzó entonces a practicar y después pasó al Kung-Fu (Arte Marcial chino). Tiempo después estuvo un tiempo en Judo (de origen japonés) hasta que a los dieciocho conoció el Karate. Ahí se quedó y a ello dedicó su vida: “Las Artes Marciales son una forma de vida. Es una forma de vida que uno toma. Muchos lo pueden tomar de diferentes formas: unos lo practican porque quieren aprender a defenderse; otros porque les gusta de verdad y siempre les ha llamado la atención y quieren desarrollarlo; otros por un tema de seguridad... Hay diferentes formas de llevar el Karate... Otros quieren bajar de peso. Pero cuando se toma conciencia de lo que está haciendo como arte, uno se enamora de esto y entonces queda para siempre. No va a cambiar nunca. Puede cambiar la mujer pero esto no”.

-¿Cuál es el sentido del karate en su vida?

-Estar todo el tiempo haciendo Karate. En mi parte diaria, todos los días hago Karate. No solamente en el Dojo⁷⁹. También me encuentro con alumnos y

79 Ver Glosario

conversamos sus problemas. El Karate no es solamente venir a tirar patadas y combos. Es algo que va mucho más allá...

-Es como ser un maestro...

-Claro. Incluso, Sensei significa, "nacido por segunda vez".

- ¿Cree que es recomendable hacer esta actividad en el Chile actual?

La mayoría de la gente adulta busca botar el estrés. Y el Karate es un buen conductor de eso.

-¿Es difícil dedicarse a algo poco común?

-Claro. Porque esto es algo para toda la vida. Venir, estar aquí y que te haya tocado ser Sensei es una responsabilidad muy grande porque se trabaja con seres humanos. Toda la gente es delicada. Todo tiene su energía. Además se tiene que armar un Dojo que tiene que ser como una casa, con tu señora, tus hijos...todos involucrados.

-¿Es importante que su familia esté involucrada en su actividad?

-Claro. En realidad hay muy pocos Dojos con la familia incorporada. Por lo menos aquí en Chile hay muy pocos. Nosotros a través del Karate vivimos. Vivimos tranquilos. Tenemos nuestra forma de enseñar la pedagogía que hemos hecho. He hecho hartos cursos internacionales. Ahora mismo el 24 de agosto me iré a Panamericano a Lima como juez. Y así...

-¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

-La interacción con las personas.

-¿Qué pensaban sus amigos cuando los conocía al principio respecto a su actividad?

-Las típicas bromas. “Ah, eres peligroso”. “Cuidado que te puede pegar”. Varias tallas. Todavía me dicen “Ah, con cuidado”. Todo lo relacionan con la agresividad y no tienen nada que ver una cosa con la otra.

Este Sensei no siente un apego especial hacia el continente donde nace su disciplina, a pesar que él pasa la mayoría del tiempo en el Dojo y hace su vida en función a él. Considera que siendo chileno, no puede ser “fanático” de Japón si enseña a personas chilenas. En ese momento pasa un niño con rasgos asiáticos y él lo apunta. Se ríe.

-¿Hay algo de la cultura asiática que aplica en su vida?

-Nada (risas). Ninguna cosa. En mi casa estamos todo el día conectados con esto, pero sí hablamos de otras cosas.

-¿Pero lo filosófico?

-O sea siempre se está ligado a la filosofía del Karate.

-¿Cómo cree que viven las nuevas generaciones el choque cultural producto de la globalización?

-En realidad no mucho. Y no lo veo tampoco en mis alumnos. Ellos vienen a hacer una actividad física aquí. Mi trabajo es enseñar este arte, pero cada uno tiene su vida.

-En el fondo lo que le ha dejado Japón, en su vida, es el Karate. Pero no es que Japón sea relevante...

-No. Prefiero Okinawa. Ese lugar es más relevante porque ahí se inició nuestro arte. Mira, el próximo año voy a Okinawa. Es mi sueño. Toda mi vida he soñado con estar en una escuela de Okinawa. Pero yo no voy en busca de nada. Voy como turista. A estar en la tierra donde comenzó todo. Es donde se empezó a crear el Gōyū-ryū.

-O sea que Okinawa es en sí lo importante.

Okinawa más que Japón porque ahí empezó todo. Ahí está toda la magia. Voy a ir con un grupo de alumnos. Vamos a conocer Okinawa. Tenemos amigos de Japón que nos van a llevar...

-¿Son chilenos?

-No, son japoneses. Y tenemos uno chileno también. Es un amigo que estaba acá pero ahora vive en Japón, pero en Tokio. Nos vamos a Tokio, nos quedamos cinco días allí y después nos iremos a Okinawa.

-¿O sea que Ud. no es un Sensei “picado a japonés”? Lo digo porque hay varios que son así.

No. Pero en realidad, lo que no cambia en el Dojo es el respeto, como corresponde. El respeto a los niños. Porque trabajo con niños de cuatro años hasta adultos de setenta años.

Otra forma de financiar un Dojo es a través de las competencias o torneos. Al Sensei Portus le toca ver esa realidad desde cerca porque él es juez de estas competencias, árbitro deportivo, con licencia Panamericana de Kumite y Kata⁸⁰.

80 Ver Glosario

-¿Cómo cree que está el nivel en la parte competitiva del Karate?

Muy bien. Ahora en el sudamericano - que fue en Sucre- en el medallero quedó segundo Chile.

-¿Qué piensa de algunos Sensei que no están de acuerdo con incorporar la competición en sus Dojos?

-Hay mucha gente que no está de acuerdo. Lo que pasa es que igual manejo la parte tradicional. Yo podría decir que mi hobby es la parte competitiva. Pero yo soy tradicional. Mi hobby es ser juez de alta competencia y dar mis exámenes para irme afuera e ir subiendo. Porque esto es una escala también. Se va ascendiendo de categoría como juez. En la panamericana llegué al último escalafón y ahora estoy esperando mi pase para ir a un mundial y dar mis exámenes para ser juez mundial.

-O sea que Ud. mezcla lo tradicional con lo competitivo...

-Claro, y la competencia como hobby.

-¿Está lo competitivo dentro del Dojo?

-Sólo en los jóvenes. La gente adulta se dedica sólo a lo tradicional.

-¿Pero hay algunos Dojos a los que les gusta la parte competitiva?

-Sí. Hay muchos lugares donde se hace sólo lo competitivo. Son los talleres de colegios y universitarios. Igual hay dojos que son de pura competencia.

- ¿Y qué piensa de eso?

-Lo que pasa es que el mercado es grande (risas). En realidad no existe una competencia. No este eso de “este hace esto o esto es mejor que esto otro”. Cada uno tiene su especialidad.

2.4.4 La filosofía oriental al servicio de la sociedad chilena.

En el otro extremo de Santiago, en la zona norte de la capital, un sábado en la mañana se reúne un pequeño grupo de adolescentes y niños cuyas edades fluctúan entre los 5 y los 29 años de edad. Todos por igual lucen trajes blancos de dos piezas, unidos por cintas gruesas de colores. Lo que hacen es muy parecido a lo que hace el Sensei Portus en Providencia pero el ambiente es muy distinto.

El Dojo de Conchalí es un galpón que se acondicionó como un centro de artes marciales con los implementos básicos para poder practicar. Es liderado por Santiago Bonilla, un mexicano que llegó a nuestro país enamorado del estilo Shotokan, una forma de Karate. Comenzó desde los 12 años de edad a cultivar el arte de luchar y lleva treinta años enseñando a otros cómo hacerlo, pero eso no es lo que aún lo mantiene pegado a las Artes Marciales: “estoy encantado con este arte porque entrega valores como la disciplina, el respeto y la tolerancia, valores que fomentamos en cada uno de los alumnos. También estoy encantado con el Do, que es el karate cuando está enfocado a un camino de vida que es el de la formación en el que cada día nos superamos”.

No sigue el hilo de la conversación porque los niños en el Dojo juegan con una pelota de esponja. Los aconseja y les dice que pueden lastimarse. Continúa: “en realidad me gusta esto. Es una pasión porque uno puede entregar lo que sabe. A mis hijos ahora les estoy dando estos conocimientos porque los lleva a un buen camino. Se dice que los japoneses están como están gracias a este bello arte que se practica en Japón.”

Uno de los niños golpea la pelota y choca contra la cabeza del otro. El Dojo se detiene y el Sensei ríe. Luego cambia su expresión y corrige al primer niño. Vuelve al tema: “el karate es una disciplina japonesa que nos enseña que cada día debemos irnos superando. Cada día encontramos muchas formas de aprender en el camino. Yo aprendo todos los días, lo veo como Sensei. Rescato que siempre aprendo de los niños algo nuevo. Siempre. El Karate me enseña, como instructor, a ser humilde, a ser abierto de mente y ser cada día mejor.”

-Usted no es oriental, no viene de Japón y me dijo que practicaba el arte del karate desde los 9 años. ¿Qué es lo que hace tan especial al Karate?

-Yo creo que todos tienen un motivo para entrar a aprender Karate. Yo entré porque quería aprender a defenderme y a ser superior a los demás, pero me di cuenta que el Karate no te enseña a ser superior a nadie. Cada día tienes que mejorar, pero superándote a ti mismo. Me encantó su filosofía, la enseñanza que te entrega. No es ser más fuerte y golpear a los demás. Claro que al principio te llama la atención por los golpes, los bloqueos y todo lo demás, pero a la larga uno se va capacitando en una filosofía que hace que luego no encuentres otra forma de vida. A mí me apasionó el Karate.

-Otro Sensei mexicano en un blog de internet señalaba que cobrar por aprender Karate mermaba la disciplina de los alumnos y los transformaba en productos ¿Qué piensa de esa afirmación? ¿Usted siente que cobrar por realizar una capacitación de Karate hace que los alumnos pierdan el verdadero sentido de su filosofía?

-Sí, es verdad. En Japón se pone una cuota de agradecimiento por la enseñanza del Sensei. Aquí hay que pagar el mantenimiento de este local y, como se dice, nada es gratis. Por eso, se pone una cuota para solventar esas cosas. Sin embargo, pienso que cuando algo cuesta, se valora. Si no te cuesta, no se valora.

Yo me mantengo con mi trabajo en otros lados. Desde que llegué aquí, he cobrado lo mínimo y aquí con los chiquillos de karate tú ves que hay algunos que han tenido problemas de alcoholismo o una complicada vida social y yo dejo que vengan gratis, siempre y cuando cumplan con los reglamentos porque es importante que valoren lo que se les da. Lamentablemente aquí es distinto. La mayoría de la gente piensa que si es gratis, pueden venir cuando quieran y se les olvida a entrenar, total no están pagando nada. Cuando hay una cuota mínima que ellos cancelan por el mantenimiento del Dojo, por agua o luz y el agradecimiento de la enseñanza, ellos se esfuerzan y entrenan con más empeño. En otros lados no es así. En los sectores más acomodados es todo lo contrario. Ellos pagan lo que sea, pero van cuando sea y como sea. No hay un respeto a la enseñanza porque simplemente compran un producto. Eso pasa en los gimnasios y es lo que me toca ver allá. Acá es diferente.

- ¿Qué es lo que usted valora más en sus alumnos? ¿Qué lo llena como instructor?

-Un alumno que se vaya mejorando en todo ámbito. Un alumno que le vaya bien en el colegio y que mejore su comportamiento en casa. Aquí los papás llegan y me dicen "Sensei, mi hijo ha cambiado". Ahí uno se siente contento porque colabora a cambiar la vida de gente que está en un ambiente que no es bueno y que hay que cambiar. El Karate es un arte que constantemente debe entrenarse e ir mejorando. Cuando veo que mis alumnos van mejorando cada día más, eso me invita a dar lo mejor y enseñarles lo más que pueda. Ahí me emociono y les hago clases adicionales los domingos o días en que no tengo que dar clases y les enseño valores como la disciplina o técnicas de meditación. Para mí, el primer valor en un alumno es el respeto. 100% el respeto. Desde ahí, si logro eso en mis alumnos, puedo sentirme feliz por ellos y por su entorno, que es más feliz.

2.4.5 El karate y su filosofía como modo de vida.

Rodrigo Figueroa es cinturón azul y alumno del Dojo de Conchalí. Vivió su infancia en esta comuna, en una población conocida por ser un foco de delincuencia y drogadicción y actualmente trabaja en un callcenter. Rodrigo conoce la realidad de la que hace mención el Sensei y le emociona. Es de las pocas personas que puede dar testimonio de lo difícil que es salir adelante en un ambiente de hostilidad por medio de la superación personal: “Si bien nosotros estamos en una organización sin fines de lucro, estamos asociados con la ASKA Chile para poder participar en los torneos nacionales. Nuestro objetivo es poner sucursales en lugares de riesgo en donde cobremos la luz y el agua solamente. Y es por lo mismo, porque queremos enseñarles a los niños esta filosofía porque esta sociedad está muy violenta”

-Pero el karate es un arte marcial de lucha...

-Si bien en tiempos pasados esto fue una herramienta, ahora es muy distinto porque existe una apertura al diálogo, tenemos formas de resolver los conflictos de una forma muy distinta a como se hacía en la antigüedad. Ahora podemos tener una forma más pasiva y más inteligente de tener un resultado en conjunto. Tratamos de mantener la filosofía clásica japonesa que es crecer, buscar siempre el camino a la perfección. El objetivo es mejorar personalmente pero también mejorar al resto de la sociedad creando desde pequeños la conciencia de mantener la pasividad y el autocontrol.

-¿Por qué te atrae tanto una cultura que es tan lejana a la chilena?

-Antes de karate yo siempre había hecho otros deportes de contacto. Hice Tae Kwon Do, hice Boxeo, hice Full Contact pero lo que me llamó la atención de karate y lo que me hizo quedarme es la filosofía que tiene, la marcialidad de la ejecución de todas las técnicas. Cuando tú haces una técnica en karate no estás buscando dañar al contrincante, sino estás buscando mejorar el movimiento, perfeccionarlo. Siempre sabes cuál es tu ideal pero también sabes que al ideal no vas a llegar de la noche a la mañana, no va a llegar en el momento. Esa búsqueda de la

perfección también se lleva al día a día. Siempre hay que tratar de mantener todo ordenado, un equilibrio en las cosas. Siempre tratas de hacer lo mejor posible. Personalmente yo intento hacerlo en las actitudes, por ejemplo dando el asiento en la micro o ayudar sin dar nada a cambio. Toda esa filosofía, esa rama de la orientación que nos da el karate va orientado a eso, a mejorar a las personas. Si bien hay mucha gente que piensa que el karate es muy violento, lo que en sí hace el karate es manejar eso, causar el control de una persona. Una persona te puede estar apuntando con un arma o un arma blanca y tú tienes que mantener el control. Eso es lo difícil porque el instinto de supervivencia te dice que hay que salir de ahí o hacerle daño y salir. Si bien el karate es orientado al conocimiento en épocas de guerra, la actualidad no es tan violenta como era antes entonces se tuvo que ir adaptando. Si bien tuvo una base que puede ser violenta, busca en sí el control. Busca el autocuidado y el cuidado a los demás porque después de un tiempo eres tú quien tiene que mantener el control para no dañarte y cuidar a la persona que quiere dañarte, aunque suene raro.

-Ese control y esa calma que enseña la filosofía del karate se contrapone con lo que exige la sociedad actual, donde todo funciona en base a la inmediatez. ¿Cómo luchas día a día con eso?

-Efectivamente. Yo trabajo en algo que es súper estresante, trabajo en un *callcenter* entonces es una cosa que tú tienes que estar a cada minuto pendiente por si pasa algo para dar una respuesta rápida al tema pero tú te acostumbras a reaccionar y a prever las circunstancias. Te acostumbras hacia dónde va el problema, te focalizas en el objetivo y atacas la raíz y no el problema en sí. Hay mucha gente que prefiere salir del paso no más. Si quedó a medias o más o menos, no importa, quedó. No. El objetivo tanto de la filosofía (del karate) como mi forma de actuar es buscar el problema de raíz y solucionarlo efectivamente. Hay muchas personas que cuando van caminando por la calle van pensando en otra cosa o sólo ven lo que pasa a un metro de distancia y, en cambio, gracias a la filosofía del karate, porque el entrenamiento es así, te prepara para ver y observar

todos los ambientes, controlar 6 metros de distancia, qué es lo que está pasando, qué es lo que puedo prevenir, si una persona está con una actitud media rara yo trato de mantenerme alerta a sus movimientos. Me tocó una vez estar atento a un niño. Los papás se descuidaron y el niño se iba a la calle y lo paré. Eso es estar alerta. Por eso es tanto en la *pega* como afuera. La sociedad está muy violenta: manejan muy agresivamente, te tiran el auto encima, se bajan del auto a querer intercambiar golpes y eso es lo que es difícil pero que uno tiene que manejar. Ese es el objetivo de la filosofía del karate. Yo creo que no estaría estudiando esto si no encontrara en él una forma en la que todos podamos convivir o subsistir de una forma armónica. Si bien tú puedes tener todas tus preferencias o tus gustos, hay una aceptación. Yo tengo que aceptarte con todas las formas que tú tienes de ver la vida, pero al mismo tiempo tú debes aceptarme a mí. Si eres una persona muy rápida, que no puede quedarse quieta, aunque la expectativa del karate sea la pasividad, yo no puedo exigirte que seas así. Yo te acepto, acepto tu forma de ser y con esa aceptación y esa convivencia uno aprende a crecer más todavía. Aprendes a buscar un equilibrio en tus objetivos de vida. Hay mucha gente que quiere tener mucho dinero, viajar por todo el mundo, tener una mansión, miles de autos... ese es el objetivo de ellos, pero yo te aseguro que cuando lo obtengan todo no se van a sentir bien. Si bien el karate y la filosofía del karate se forjaron en la guerra, el objetivo era proteger y hoy por hoy la protección está súper en boga.

-¿Crees que a esto mismo se debe el boom en la práctica de las artes marciales en Chile?

-Exacto. Yo creo que tiene que influir porque la gente tiene miedo. Tengo amigos que son guardias y practican defensa personal. Es por eso. Es porque la gente tiene miedo y no se quiere quedar tranquila cuando alguien quiere hacerle daño y están en su derecho. Si bien la filosofía del karate va en no dejarte que me hagas daño, tampoco yo buscaré hacerte daño a ti. Si puedo evitar el conflicto, lo voy a evitar. Si tú me quieres hacer daño, yo te reduzco sin hacerte daño. Cuando es un tema de vida o muerte, ahí sí debo buscar la efectividad y eso es también una

parte del karate. Si una persona si o si tiene la intención de no dejarte ir o hacerte daño a un tercero, cuando es explícitamente necesario, se busca una salida violenta. Nosotros siempre tratamos de evitar ese conflicto pero si es necesario, debemos estar preparados para dejar ese conflicto en un movimiento rápido. Si podemos evitar una muerte, aunque conlleve el daño hacia una persona, debemos evitarla. Ahora, si se puede evitar sin hacer daño, mucho mejor. Para eso es el entrenamiento, para eso es que se mejoran las técnicas, para no realizar más daño del que es necesario. Lamentablemente no toda la gente tiene la misma filosofía de no dañar y convivir en paz. Hay gente que quiere obtener las cosas de una manera fácil, quitándosela a la demás gente y una parte de la aceptación de esta filosofía es saber que existe gente así y que como sabemos que existen, prepararnos para que cuando haya una situación podamos dar una solución lo más pasivamente posible. Lamentablemente en una sociedad tan violenta, a veces no se pueden evitar los conflictos pero hay que tratar de hacerlo. La ley además ampara al que te hace daño: si en la calle te encuentras con alguien que te está amenazando con un arma o un cuchillo y tú por defenderte le quebras el brazo, el que se va preso eres tú.

El fin de la filosofía del karate, japonesa, es vivir en equidad. En la sociedad japonesa el hombre y la mujer son iguales. Ni el hombre está por encima de la opinión de la mujer, ni la mujer por encima del hombre: los dos pesan por igual ante la familia. Lo mismo pasa acá (en el Dojo). No porque alguien tenga un menor grado o tenga menor edad va a pesar menos. Si deben tener respeto a las personas que tengan más antigüedad en la práctica pero es igual que en la vida real, donde nosotros debemos tener un respeto hacia las personas de tercera edad o mayores, pero no por eso van a dejar de ser iguales. Lamentablemente, van a seguir existiendo personas que prefieren la violencia, que prefieren ganar dinero vendiendo droga en una esquina que estudiar 5 años en la universidad. Hoy por hoy es más fácil comprar una pistola en el mercado negro, salir a robar, estar en cárcel 3 años y aprender todo lo que tienes que aprender de la vida en una cárcel para salir a robar de nuevo, que sacrificarse y ganar el mínimo. No porque alguien tiene ganas de quitarme lo mío yo me voy a dejar. Si bien yo voy a

buscar una manera lo más pasiva posible de evitar el conflicto, tengo que saber cuidar a la otra persona.

- Hablemos sobre el entrenamiento ¿Cómo te entrenas, cuántos días a la semana lo haces y en qué consiste?

-Hay muchos tipos de entrenamiento. La base del karate en sí son las caderas. El estilo que yo utilizo es el Shotokan⁸¹. Los movimientos son bajos y amplios para forzar los músculos. Son movimientos no naturales, por eso cuesta mucho cuando se comienza. Estos movimientos son para ir condicionando el cuerpo, muy parecido al trabajo que se hace con pesas pero con tu propio peso. Esto va condicionando la musculatura del cuerpo para cuando te toque una situación real, en una posición normal de tu cuerpo, tú seas mucho más rápida y potente. Esa es una de las formas de entrenar: bajo y amplio. La otra forma es a través de la rotación de la cadera. Nosotros tenemos la creencia que toda fuerza comienzan en el *tándem* o *hara*, como lo conocen algunos, que es el centro de equilibrio del cuerpo. Está un poco más abajo del ombligo y desde ahí nace la fuerza, desde la cadera. Todos los movimientos se vuelven más rápidos, más potentes, más efectivos con el giro de caderas y ese es otro tipo de entrenamiento más forzado que tenemos en donde hay que rotar harto la cadera y forzarla para que cuando estemos en una situación real salga lo más natural posible. También tenemos otro tipo de entrenamiento que tiene que ver con la respiración. Aunque suene raro, si nosotros estamos muy cansados debemos controlar la respiración. Aun cuando tu estés muy agitado y pienses que se te va a salir el corazón por la boca, tienes que tratar de mantener la respiración controlada. La mayoría de la gente piensa que es casi imposible de hacer. Tenemos respiraciones cortas, largas, rítmicas. Tenemos juegos entre todo ese tipo de combinaciones. Hay aproximadamente 9 tipos de respiraciones básicas. Junto con la respiración, tenemos calistenia. Siempre tenemos que comenzar con precalentar, mover articulaciones y elongar. Después de un trabajo también se elonga porque tenemos que tener la flexibilidad del

81 Ver Glosario

karate deportivo. Cada estilo de karate se puede dividir en ramas. Está el kata, que es como la forma. Es una pelea con movimientos que están preestablecidos que después puedes utilizar en una pelea real pero que son forzados para ir condicionando el cuerpo a esos movimientos y que el cuerpo los aprenda y después en una situación real lo hagas prácticamente por instinto. Después de los katas viene el kumite⁸², que se divide en dos: el kumite deportivo, que es el típico kumite que vemos en los centros deportivos, en los gimnasios que están con protecciones, el casco y las guantillas y el kumite tradicional. Este está más orientado al objetivo original del karate que es pelear sin protección, logrando la efectividad de la técnica, vale decir, uno o dos golpes y lograr que el contrincante no pueda seguir. Si bien son los más fuertes, son los que menos se practican en Chile. Pocas escuelas practicamos ese tipo de peleas por lo duro que es. La mayoría de las escuelas están trabajando el kumite deportivo que es el que se practica en las olimpiadas y en las escuelas con protección. Esas son algunas características del entrenamiento.

-Como esto conlleva una disciplina, ¿Cuántas horas son necesarias para dedicarse a esto al día?

-Nosotros estamos aquí 3 horas por día, 3 días a la semana en las que venimos a entrenar.

- Como mínimo...

-Sí, como mínimo porque no es, sin despreciar a los otros deportes, pero no es lo mismo que practicar *aerobox* o entrenar Kung Fu, que es un poco más pasivo. En karate se practica mucho la técnica, se tiene que depurar mucho el estilo y eso te va dando una fuerza mental. Cuando estás cansado y sabes que tienes que seguir entrenando, eso te va dando otra forma de ver las circunstancias que estás entrenando y que después puedes ver en la vida diaria. Hay estudios que dicen

82 Ver Glosario

que los karatecas tienen otra forma de ver la sociedad y los problemas. En eso se basa todo el entrenamiento, en ir perfeccionando el cuerpo y la mente.

2.5 Talento en venta: Artistas al servicio del fanatismo.

Para los fanáticos o seguidores de la cultura asiática existe un grupo de actividades posibles de hacer que tienen que ver con el mundo en el que están desarrollándose. Entre ellas podemos encontrar el canto y el baile. Veremos dos casos en los que estos talentos se convierten en una forma de vivir.

2.5.1 El descubrimiento de los monos chinos.

Cuando el talento y el gusto se unen, se puede poner al servicio de los demás esa capacidad especial. Es el caso de Salomé Anjari. Casada hace cuatro años, junto a su esposo son *fans* de la animación japonesa. De lunes a viernes se dedica a trabajar como Relacionadora Pública de un colegio, mientras los fines de semana se preparan junto a su banda para grabar temas musicales y participar en diferentes eventos de animación y cultura japonesa.

Como la gran mayoría de la generación de los 90's, Salomé creció viendo *monitos chinos* en programas como "El Club de Los Tigritos". Aunque ella los conocía como "los monitos de ojos grandes", no sabía que su origen era japonés. Fue a partir de "Los Cabaleros del Zodíaco" y "Sailor Moon" que decide averiguar más e involucrarse en esta cultura.

-¿Algún personaje de Sailor Moon?

-La Usagi⁸³. Para mí “era yo”.

-¿Jugabas videojuegos? ¿Cuáles consumías?

-Sí. Consumía los que llegaban. Yo vivía en Vallenar y llegaban poquitas cosas. De repente llegaban esas consolas que traían varios juegos y jugábamos a ese. Después llegó el Super Nintendo y todos estábamos pegados con el Mario⁸⁴.

-¿O sea que empezaste con el Nintendo?

Sí. Con Mario. Con todos esos juegos “clásicos”. Iba hartito a jugar Street Fighter, esa onda.

-¿Por qué te gustaban? ¿Tenían cierto grado de complejidad?

-No pensaba mucho en eso. Como que la pasaba bien y ya. Cuando jugaba en flippers lo pasaba bien hasta que llegaba el típico tipo que metía la ficha, me ganaba y me quitaba la máquina. Pero no, se pasaba bien. Además iba con mis primos y mis hermanos.

-¿Con amigos también?

No. Con amigos no iba tanto. Yo era como más de una onda familiar. De repente cuando hacíamos algo toda la familia, los cabros chicos nos íbamos a jugar a los videos.

-¿Cómo fueron tus relaciones sociales durante la infancia?

83 Serena en el audio latinoamericano, personaje principal de la serie y conocida como “Sailor Moon” o “Princesa de la Luna”

84 Mario Bros, personaje de Nintendo

De chica era muy tímida. De chica yo creo que no disfruté la parte del colegio. La pasaba mal. Era muy tímida, entonces me costaba entablar relaciones con mis compañeros.

-¿Bullying? ...

-Bullying no, pero me costaba. Si mis compañeras estaban jugando, como que a mí me daba mucha vergüenza preguntarles “¿puedo jugar?” Entonces yo me iba a esconder y no tenía relación con ellas. Me costaba mucho. Además después tuve una profesora que me causó varios problemas en ese tema porque yo tenía malas notas. Estoy segura de que tenía déficit atencional cuando era chica. Pasaba hablando todo el día, pero en todas las clases que no me gustaban yo no prestaba atención. Dibujaba en mis cuadernos y mi profesora me retaba delante de todos mis compañeros. Entonces, ella buscaba la aprobación de todos mis compañeros retándome. Y al final mis compañeras me llamaban la atención a mí. Me llamaban la atención porque tenía dibujos en mis cuadernos. Siempre fue tema recurrente. Tenía traumas incluso con el tema por culpa de la profesora: en mi colegio hacíamos un festival todos los años y a mí me daba vergüenza pero me gustaba cantar. Cantaba encerrada en mi casa. De hecho ni mi familia sabía que yo cantaba. Un día me atreví, hubo una audición en el colegio y fui. Canté y mi profesor de música me elogió y quería que representara al curso. Mi profesora dijo “No, la Salomé tiene malas notas en matemáticas. No se lo merece”. Lo dijo delante de todo el curso y mi mamá terminó reclamando en el colegio. Después de eso más introvertida me volví. La enseñanza básica fue difícil. No me gustó esa etapa del colegio. En mi casa era otra cosa porque tenía amigos.

-¿Con tus amigos de la casa hablabas de animación japonesa? ¿Se juntaban a ver anime?

-Sí. Todos éramos muy *fans* de los dibujos animados en general. De repente nos juntábamos en una casa a ver algo o comentábamos los capítulos. Jugábamos incluso a que éramos los personajes. “Juguemos a los transformers” (risas) y

cuando estábamos más grandes decíamos “Juguemos a los Caballeros del Zodiaco y nos pegábamos entre todos. Yo jugaba a Dragon Ball...

-¿A Dragon Ball?

-(Risas) Una vez le esguincé el dedo a mi hermano jugando. Tenemos muchas historias que contar.

- ¿Hacías deporte?

-Sí. Practicaba handball.

-¿En el colegio?

--Sí. En la básica, durante las clases de Educación Física. Más grande me dediqué más al handball y también hacía excursionismo. Pero no era fanática del deporte.

-¿Te reconocían como una “niña anime”?

-En básica no. En media sí.

-¿Tuviste conflictos con tus padres debido a ser fan de la animación japonesa? ¿En el colegio los tuviste?

-En el colegio no. De hecho me encontré ahí con una amiga con la que compartía la misma afición y fue como “¡Oh, al final alguien me entiende!”. Después me daba risa porque había niñas de otros cursos que decían “¡Oh, ellas son nuestras senpais!” (Palabra japonesa que usan los escolares menores para denominar a los que se encuentran en cursos superiores). Nosotras dibujábamos, entonces las niñas de otros cursos iban a ver lo que hacíamos. Nos preguntaban cosas. Mi familia era un tema. Para mi mamá era lo más atroz el hecho de que yo viera anime. Que me estaba comportando como una “cabra chica”. El tema era que ya

en media, mis compañeras estaban en la onda de ir a bailar, de pololear, y a mi mamá le preocupaba de sobremanera que yo no estuviera interesada en eso. Yo me juntaba con mi amiga no más y estábamos “pegadas” viendo dibujos animados y dibujábamos.

El caso de Kevin Cataldo es distinto. Viene de una familia totalmente tradicional, con padres que tienen un consolidado matrimonio de más de 29 años. Su actividad favorita en su infancia era dibujar, muy lejos de lo que sería su profesión en el futuro.

-¿Qué dibujabas?

-Dibujaba realismo. Bueno, lo intentaba.

-¿Pero nada relacionado con manga o esas cosas?

-No. O sea, re-dibujaba monos de Dragon Ball Z porque era fanático, porque me gustaba, pero trataba de dibujarlos lo más real posible.

-¿Cómo fue la relación con tus papás durante tu infancia?

- Súper cercana. Nunca fue distante. Tengo papás casados. Llevan 29 años juntos. Me retaban porque bajaba las notas no más.

-O sea no tienes el rollo del típico k-poper con papás separados...

-¿... y que le gustan los hombres? (risas) O si soy mujer me gustan no sé... pelo corto, cagaste (risas)

-No. Lo digo porque muchos de ellos vienen como de familias destruidas

-Te refieres a gente como con carácter.

-No. Como carente de cariño...

-(Silencio) Te quiero mucho.

2.5.2 No es infantilismo: ¡Tengo un gusto diferente, mamá!

A pesar que a Kevin también le gustaba mucho Dragon Ball Z, sus inicios como seguidor de la cultura asiática tuvieron sus orígenes en el baile de occidente. Su amor por el Pop lo llevó a confundir a BoA, la voz femenina más reconocida de Corea, con Britney Spears, la famosa princesa del Pop. Todo comenzó en una tienda de productos asiáticos, donde su dueño invitaba a los amigos a ver series y películas asiáticas. La tienda Anime Kingdom vio nacer a Kevin como bailarín: "Comenzamos a ir y a ver ahí las carátulas y a preguntar "¿Cómo será esto?" y él te decía "oye, esta serie es buena" y yo: "Pero me da paja verla, prefiero ver Lost" (risas). Ahí empecé como a conocer gente que le gustaba el animé, porque al final yo era el más ignorante en el tema y estaba ahí porque el dueño me caía bien no más. Ahí fue cuando una mina que se llama Tamara me vio bailar como Michael Jackson.

Yo grababa videos para Youtube. Bailaba de Michael Jackson y N'Sync. Y ahí ella me dijo "¿Quieres bailar J-pop? Tenemos un grupo que se llama J-pop Chile" "Ya, ¿pero qué es el J-pop?" "Pop japonés" y yo así como "Mmm... ¿Para-Para?" y me dijo "No. Aquí lo vas a conocer" y me mostró el "Eat You Up" de BoA y yo quedé así "Dios mío, ¿Por qué no conocí esto antes?"

-¿Qué año fue eso?

-A fines del 2008.

-¿Tú ibas en...?

-Segundo medio. Igual fue un rollo decirle a mis viejos: "¿Sabes qué? Voy a salir todos los fines de semana a bailar en un parque".

-Fue como "¿Por qué en un parque?"

-Imagínate que hace 5 años ya era distinto, muy distinto. Onda tus viejos no te daban tanto permiso. Por ejemplo, yo podía estar hasta las 7 acá y tenía que partir a mi casa. Me invitaron a clases de hip hop la primera vez el 2009 y esa vez yo dije que no porque era muy tarde y yo tenía que volver temprano a mi casa.

-Ahora es más permisivo...

-¡Si! Ahora es más free.

La familia de Salomé la apoya, cree en ella. Pero no siempre fue así. Su mamá no entendía de qué se trataba eso del anime e insistía que su hija cantara lo que ella consideraba como "música normal". Hoy la realidad es muy distinta porque ha sido ella misma testigo del éxito que tiene en eventos, comenta las cosas que salen sobre ellos en Facebook y disfruta viéndola sobre el escenario. Eso la hace muy feliz, según nos relata Salomé.

-¿Ella pensaba que no salías de tu infancia?

-Claro. Mi profesora de esa época también hablaba de eso y le decía "La Salomé es muy infantil para la edad que tiene".

-Pero si lo ves desde la actualidad. ¿Era así?

-No. De hecho me enviaron a ver un sicólogo esa vez y la sicóloga le dijo a mi mamá: "Señora, yo he tenido este problema con hartas profesoras que mandan a los niños acá diciendo que son infantiles y no es eso. Tienen gustos diferentes".

Mientras a mis compañeras les gusta salir a bailar, a mí con mi amiga nos gustaba ir al cine. La pasábamos bien en esa onda. Íbamos a comer algo y también vitrineábamos. Todo era muy tranquilo. Entonces la sicóloga le dijo a mi mamá que simplemente era algo más tranquilo...

- Alégrese porque su hija es así...

-Claro. De hecho le dijo "usted debería estar contenta porque... ¿Ha tenido problemas con la Salomé? Que haya tenido que llamarla como a las cinco de la mañana porque no sabe dónde está... es una bendición". Después de eso mi mamá captó que no era algo malo. Luego de eso le llegó el informe a la profesora y hasta ahí nomás llegó el tema. Simplemente eran otros intereses.

-¿Y con tus compañeros de media no tenías problemas?

-No. Nos aceptaban bien. Si bien ellas eran totalmente diferentes a nosotras, igual nuestros gustos convivían. Nunca tuve problemas con la gente de media.

-¿Era un colegio de niñas cierto?

-Sí. El Colegio Argentino. Probablemente como era de niñas, se pueden tender a pensar que entre las mujeres hay más problemas, pero yo me llevaba súper bien con mi curso. En media me solté y mis compañeras aceptaban todo bien. Se reían - de buena forma- y decían "¡Ay!, hablan de monos todo el día" y a veces nos quitaban la música de repente y decían "¡Ya están escuchando chinos!". Nos molestaban pero en buena onda. Después tuvimos que dibujar para el anuario y nuestras compañeras nos alentaban a hacer eso. Nos comprendieron bien.

-¿Tus hermanos son de la misma onda que tú?

-No. Igual mi hermana era ñoña como yo en la época adolescente. Ahora ya no. Ve cosas a veces. Ahora se va a casar y el novio de ella es ñoño (risas). Además fue súper raro cómo lo conoció porque ella no se desenvuelve en el mundillo japo

pero igual apareció de repente y el tipo no se nota ñoño, pero juega videojuegos y es fan de varios anime.

-¿Habla contigo de eso supongo?

-Claro y con mi esposo igual. Dice cosas como “¿Viste la película de Kenshin?” y mi hermana también entiende. Esa vez me retó porque yo no la había visto y ella sí.

2.5.3 Del patio al escenario: El nacimiento de una Anisong⁸⁵.

Salomé se reconoce una mujer muy tímida. Eso se contrapone con el desplante que tiene en el escenario: ella canta, baila, juega con el público y lo encanta con su talento. En el colegio cantaba sólo para sus compañeras pero nunca pensó en dar el salto frente a más gente. En su primera experiencia en un evento, muchos fantasmas de las burlas que sufría se apoderaron de ella: “fue complicado. Le mandé las canciones al Pablo⁸⁶ y él me dijo que cantara. Fui la primera en cantar en vivo en un evento de Cosplay. Me acuerdo que la primera vez me tiritaba la mano, pero había ensayado tanto que me salió.”

-¿Cómo empezaste en esto del canto?

-Lo mismo. Viendo anime. Me llamaba la atención de que a diferencia de los dibujos animados gringos, tenían dos canciones (opening⁸⁷ y ending⁸⁸) diferentes. Después con el Internet empecé a buscar las letras de las canciones. Empecé también a buscar nombres de cantantes y ahí me metí ya de lleno. Me encantaba

85 Ver Glosario

86 Pablo “Otaku” Andrade, mejor amigo de Salomé

87 Ver Glosario

88 Ídem

y además encontraba muy mágico que los singles vinieran con el karaoke⁸⁹ incluido.

-¿Lo de los foros se te ocurrió a ti?

-No. Lo que pasa es que yo tenía una página web. Hubo harto tiempo en el que yo era prácticamente la única persona que cantaba en vivo en eventos de anime. Después fueron saliendo bandas, grupos y formé mi banda. Éramos los únicos que teníamos página web, mail de contacto y nos escribían mucho. Gracias a la página web se empezó a difundir lo que hacíamos por Latinoamérica. Después en el programa Resident teníamos muchos fans. Esto fue como en el 2003 o 2004. Fue tan exclusivo el tema que pensamos dónde reunir a toda esta gente. Entonces se creó la comunidad del foro y teníamos hartas visitas en un principio. Después la página fue decayendo como todos los foros producto del facebook, por ejemplo. Los niños que conocí en ese tiempo ya están todos más grandes. Muchos de ellos están saliendo de la universidad y están metidos en otros temas. Igual a veces me escriben y hablan de esos tiempos. Algunos si pueden me van a ver a eventos. Ahora escriben a través de Facebook. Esa fue una época muy grande.

-¿Cuando empezaron a salir más cantantes de anisong, tuviste roces?

-No. De hecho de las primeras que salió fue la Jessica y bueno, antes de eso estaba la Usagi con Hikari Project y bueno, lo que me cuenta la Usagi es que los músicos de Hikari Project odiaban a BYS Revolution - mi banda- y decían “tenemos que ser mejor que ellos”. La USagi decía “no, buena onda”. Me dijo que ella nos tenía buena onda y nada, con la Usagi somos amigas.

-¿Alguna vez te tuviste que topar con gente que tenía aires de grandeza?

-Sí. Eso me tocó después. Lo que pasa es que soy super tonta. A mí me pedían un favor y yo siempre decía “sí, yo te ayudo. Yo lo hago”. No sabía decir que no y a mí me gusta que se difunda el tema. Entonces en ese tiempo, si había alguien que

89 Ver Glosario

tuviera talento lo ayudaba. Me tocó ayudar a potenciar a una niña que después me anduvo pegando puñaladas por la espalda. Yo siempre había tenido buena onda con todos.

-¿Y eso se supo?

-La verdad es que yo no lo hable. De mi parte no. Yo me quedé callada pero sí bloqué. Porque después ella igual me siguió hablando y haciéndose la tonta. Y nada, ha pasado un tiempo y siguen apareciendo casos así. Ahora soy más hermética con el tema. Me cuesta mucho más porque ya han sido varias veces. De repente, gente cercana de la que después sabes cosas. Hay cierto nivel de cinismo que no cabe en mi cabeza. Desde ahí sólo me acerqué a la gente conocida, con la que tenía las lealtades claras.

-Algunas personas pasaron de escuchar música japonesa a seguir la música coreana ¿Qué opinas del cambio de algunas personas? ¿Lo ves como una especie de traición? Porque he sabido que hay personas que lo ven de esa forma...

-No lo encuentro traición porque dentro del mundillo del anime en general, como que existen varias opciones y caminos por seguir. Estaban los visual, los eroguro. En fin, una división de varias tendencias que podía seguir y no tenías por qué decir que una persona era "traidora". Ahora, lo que encuentro fuerte es que reniegues del pasado de que te haya gustado el anime. Eso a mí no me gusta. Me toca mucho escuchar frases como "Ay, yo antes era otaku. Pero nada, me pegué la *alcachofazo* de que no po', que no hay que ser otaku". Y yo digo ¿por qué no? ¿Qué tiene? ¿Por qué renegar tanto de algo?

- Igual deben llegar a sus casas a ver animé...

-(Risas) Claro, dicen "yo dejé de ser otaku" e igual siguen viendo anime. Igual siguen escuchando música. Yo digo, ¿cuándo dejas de ser otaku? Siempre me pregunto eso. Si a mí me dicen "no, yo no sigo nada del anime", ahí podría creerlo.

- Pero es muy difícil dejar de serlo...

-Sí. Además que te das un gusto. Si te gustó en un momento es por algo. Por algo te vinculaste a eso. Eso molesta más que el hecho de que se hayan cambiado de la movida japonesa a la coreana.

-Yo igual he escuchado que de repente igual tienen peleas similares a las que ocurren en el mundillo del K-pop...

-Sí. Siempre hay frases como “me copiaste el traje”. He leído cosas. Hay hartito pelambre.

-¿Pero antes no existía esto?

-No. Es ahora porque hay muchos eventos. De más debe haber envidia. No falta la niña que se veía regia con un cosplay y que hace que otras reaccionen con envidia. Debe pasar. Yo no estoy tan metida en eso. No tengo idea de los roces. De repente me ha pasado que en un evento escucho “¿Por qué no ponen a esta *mina*? No, es que se lleva mal con esta otra”. Y quedó marcando ocupado. La verdad, no entiendo mucho.

-¿Nunca se te ocurrió cantar pop coreano?

-Sí cante K-pop. En el primer Hanguk Festival. Más encima fue el primero (risas). Canté Mirotic de DBSK, Nobody de Wonder Girls y algo más que no recuerdo. Canté con mi amiga de BYS Revolution y con su hermana chica. Igual fue una buena experiencia. A mí igual me gustan algunas canciones. No le hago el quite al K-pop. Lo que pasa es que yo no soy capaz de ser fanática de un sólo grupo. De un grupo me gusta una canción, de otro grupo otra. Veo estos grupos de *fans* súper acérrimos que se pelean a veces y no entiendo mucho ese nivel de fanatismo. Al final lo encuentro muy enredado y no me llama tanto como cantar canciones de anime que sí me llenan completamente. Eso tiene que ver con el

contenido de las canciones y - me van a matar- pero encuentro muy plástico el K-pop.

-¿No te gusta eso?

-Me gusta. De hecho me gusta mucho el Pop pero encuentro que es demasiado. Por ejemplo la ex de Pablo cantaba canciones de 2NE1. En un momento le hice clases de canto y todo. Ahí conocí a las 2NE1. Y para mí tenían canciones horripilantes como "I am the best", pero a la vez tenían canciones lentas maravillosas y yo decía "¡Por qué!". Es que yo odio el reggaeton y había canciones que tenían esos sonidos. En cambio las otras canciones con más contenido - donde te das cuenta que hay mayor interpretación y arreglos musicales bonitos, esas me encantan. Y también me ha pasado con DBSK. He conocido otros grupos porque la hermana de mi amiga (Bárbara Usagi) también es súper fan del K-pop. Ella me manda canciones. Lo otro es que engancho mucho con la música de los doramas. Eso me encanta. Ponte tú hay canciones Pop, pero que son muy agradables, sin tanto efecto. Por ese lado engancho más. Veo siempre doramas.

- O sea igual te gusta el lado coreano pero prefieres obviamente lo japonés...

-Sí. El animé. Es porque se conecta más con mis raíces. Pero igual me gusta lo otro.

- ¿Cuántas horas al día dedicas a tu afición?

Los fines de semana los dedico a ver anime. Además salen todas las series en esos días. Entonces, tengo que estar viendo por lo menos unas cinco series a la vez. Las veo usualmente el domingo, porque me levanto tarde. Me quedo en pijama todo el día viendo anime.

-¿Tu esposo los ve contigo?

-Sí. Ahora estaba enojado porque le tocó viajar a Estados Unidos la semana pasada, y no puede ver el capítulo. Se los perdió porque fue a trabajar. Y yo le dije que no lo podía esperar porque estaba muy metida en la serie. Se enojó ene. (Risas) El miércoles usualmente veo anime porque salen capítulos de dos anime que sigo. Con respecto al tema del canto, siempre estoy cantando. Salen canciones nuevas, busco la traducción o practico algún tema.

2.5.4 Ver el talento como una oportunidad laboral: Expandiendo los horizontes.

Las posibilidades laborales en el mundo artístico son reducidas y se hace imperioso adquirir un sello propio. Eso es lo que Kevin ha buscado durante estos años. Él decidió que su modo de vivir sería a través de la danza, pero su marca personal sería única. Fue eso lo que lo llevó a ganar el concurso *Hallyu* Contest y tener la posibilidad de conocer Corea del Sur.

-¿Te planificas en qué cosas en el baile?

-Yo veo mi futuro así: el K-pop o *Hallyu* style o New Style, para mí significa ser distinto. Porque en el Hip Hop, siempre va a estar el Kevin y él cacha. Y en el K-pop, también siempre va a estar el Kevin y ese cacha. ¿Me entienden?

-No.

-(Risas) Que en ambos mundos se requieren ambas rutinas, ambas técnicas, ambas esencias. Por ejemplo, en la universidad cuando alguien busca algo sobre Asia dicen "Ah, el Kevin" y acá cuando alguien pregunta sobre Hip Hop, es lo mismo. Soy como el puente y ese puente me hace distinto a mis pares.

-Es como cuando alguien dice "Ah, quiero aprender a poppear, ¿con quién puedo hablar?"

- "Con el Kevin". Eso me hace distinto. Porque no hay otro profesor que venga del K-pop, del Street Dance. No hay otro estudioso, otro profe que estudie K-pop.

-Ha pasado sí

-Ellos son bailarines de Street Dance, pero no los defino como bailarines. Ellos son profesores de Lockin', pero conocen técnicas. Para mí eso es. Pero no los veo coordinando así nivel Dios como los coreanos.

-Tienen otra escuela.

-Claro, ellos son *old school*. Lo que yo pretendo hacer es unir todo eso y eso me hace distinto. Tengo una compañera que es la Laru, que es una niña que baila F(x) en Valparaíso. Ella también partió haciendo clases hace como unos 3 meses y hace Street Jazz o algo parecido porque en realidad para hacer street jazz tienes que saber jazz. Le ha ido super bien y yo me acuerdo que yo hablaba con ella sobre eso y ella hace poco se tiró haciendo un reemplazo y le fue bien. Pero somos dos no más en la misma y yo llevo años en esto, entonces es como que se hace importante y se convierte en algo fundamental estar aquí todavía. Hay mucha gente que me dice que yo me debería ir ya y no entiendo por qué.

- ¿Tiene una fecha de expiración esto?

-No. No tiene una fecha. A ver. Yo tengo un grupo de gente aplicada, pero eso no significa que vamos a ganar todos los concursos. Porque un concurso no se define por la mejor coreografía o la mejor coordinación, son miles de factores: si te salió bonito, si te pareces al tipo o a veces ni siquiera eso. A veces es porque la canción es buena. Yo puedo bailar Fantastic Baby y puedo bailar Mirotic y va a ganar Fantastic Baby. Porque la canción es prendida. Es como poner a David Guetta y a Leonardo Favio, un tipo que compone y otro que hace canciones movidas. Yo creo que la gente que es fanática de la música coreana, es fanática. No dejas de amar la música porque te dediques a otro tipo de ramas, porque entres a estudiar

en la universidad. Jamás dejas de sentir amor por eso. Jamás me voy a aburrir de bailar en un escenario acá. Es una ventana, es una oportunidad gigante. De verdad te das cuenta que esto es importante, que dejó de ser algo under. Ya dejó de ser tabú o raro. Ahora, hay plata de por medio, hay gente que invierte.

- Pero el HIP HOP todavía sigue siendo como Old School no se comprende mucho.

-No. Ellos no entienden. Lo que siempre escucho: “el K-pop es como el Hip Hop pero en coreano”. Exactamente eso. Yo no tuve que decir nada, después fui entregando cultura a ellos. Pero para ellos sigue siendo un estilo. Sigue siendo como un estereotipo pero en realidad es cosa del K-pop y el encargado sigo siendo yo, como de hacerles entender sobre esto, de qué es esto. En realidad es lo mismo que sigue haciendo Justin Timberlake. A ellos no les interesa cómo bailan ellos en Corea, a mí sí me interesa porque es parte de mi tesis. Onda, cuál es la relación entre ambos: ésta.

-O sea, siempre está lo gringo en Corea del Sur.

-En Corea del Sur hay puros huevones copiones. Si tú me dices Japón o Estados Unidos, me froto las manos así. Papita, plata.

-Cuéntanos tu experiencia en Corea. ¿Qué pasó? ¿Cómo llegaste ahí?

-Fue un estrés. Primero que todo, teníamos sólo la coreografía así como relajados, pero teníamos falencias a nivel de costurera (risas). A nivel de manufactura. Porque nosotros, todos, veníamos de bailar no más. El que tiene más tiempo soy yo. Pero mi pega siempre fue bailar, hacer la coreografía y esa fue siempre mi pega. Nunca fue mi pega ponerse a buscar las telas.

-Entonces te diste cuenta que no tenían nada de eso...

-No pos. No teníamos nada de eso. Por ejemplo, en los Blue (Boys) teníamos a los chiquillos. Y la tela que es igual al video. No era que fueran los mejores bailarines, pero eran buenos en eso, en esa volá. Como el aspecto estético. Esa pega nunca la aprendí. Nunca me entretuvo. Pero eso cambió. Por ejemplo, cuando estuve con C-Plan, a mí me daba lo mismo la tela. Mientras tuviera el mismo color, me daba igual. Después me di cuenta que no. Que el via stretch ya no da. Para mí antes no era importante eso, pero después me dijeron que igual descontabas puntos con eso, aunque yo sigo pensando que es una estupidez.

- ¿Cómo fue tu experiencia en Corea? ¿Cuál fue tu motivación para llegar allá?

-Al principio era emocionante. El sólo hecho de llegar a Corea era genial. Pero cuando ya estás allá te das cuenta que no es tanto, que es un país no más. Que es como edificios grandes, todo nuevo. Pero lo realmente bacán fue la experiencia, que te trataran como inválido. Poco menos que te iban a sonar la nariz. Estás en un hotel de lujo, en las dos ciudades más caras de Corea: estuvimos en Seúl y en Gangnam. Estás allá y te llevan a comer a lugares lujosísimos, gratis. Los desayunos eran maravillosos.

- ¿Los chiquillos qué decían?

-Nosotros estábamos entregados. Por ejemplo, el que tomó las riendas allá no fue yo. Yo estaba fascinado. Yo no fui el líder, de hecho hasta el día de hoy no lo soy. Fu el Andrés, él es como ya papá. Entonces el Andrés decía “para allá, para acá” y yo decía “bueno, bueno”. La experiencia fue bacán pero no sólo por el hecho de estar en Corea, sino que por las cosas que aprendí y por la gente que conocí. La gente que va a ese concurso, la gente que conocí en ese concurso era gente con un nivel que de verdad te dan ganas como de lucirlos. Yo los conozco. Conocí gente que por ensayar no durmió durante dos noches seguidas. Dormían una hora y eran niños de 15 años, que era un grupo que hacía a EXO. Estuvieron dos días antes sin dormir para llegar con una coreografía excelentemente bien sacada

el día de la presentación y te juro que fue la mejor presentación que vi. Y no toda la gente estudiaba. Por ejemplo, si lo hubiese sacado yo, habría sido “Ah, pero es que él estudia danza entonces ama esto” Esas son excusas. Ellos no tenían nada. Todos estudiaban cosas distintas, pero ahí te das cuenta del nivel de entrega a un hobby que no significa hacer algo imperfecto o poco pulcro. No significa “Ay! Da lo mismo la de traje” o “Da lo mismo, hay que sacarlo igual”. En otros países es un esfuerzo. Una vez alguien me dijo “Ay, pero ellos son tailandeses y a esos locos les pagan” No, no les pagan por los videos en Youtube. Nosotros suponemos que les pagan por esos videos, pero no les pagan. Todavía no entran como al rubro de lucrar con videos. Partieron como todos acá. Entonces eso me enseñó un concepto de esfuerzo superior. O sea, todo lo que yo pensé que me esforzaba, llegué allá y me di cuenta que no me esforzaba ni una huevada.

-Eso te sirvió para...

-Eso es lo que estoy corrigiendo. O sea, si estos huevones fueron capaces de hacer esto... y más encima ellos no eran un grupo. Eso era lo más impresionante. Se juntaron en el aeropuerto porque eran dos países juntos: eran Laos y Tailandia. Por ejemplo Laos, que era X-Boys, ganaron en Laos y X-Junior ganaron en Tailandia. Eso hablamos por Facebook, porque éramos amigos por Facebook. Dijeron, “ya, vamos a ganar los dos en los dos lados, cada uno en nuestro país y...”

- ¿Ganaron ellos?

-No. No ganaron nada. Y nosotros si ganamos algo. Te juro que no me sentí merecedor de nada. Ellos se juntaron en el aeropuerto y decidieron bailar EXO de 12 y listo. Los huevones se juntaron e hicieron un Dream Team: lo mejor de sus países.

-Yo vi la presentación de ellos y la vi muy pulcra. Pensé que habían ensayado mucho.

-No. Cada uno ensayó la coreografía en su país. Y los vi y pensé que eran mejor que EXO. Eran puros Lay. Eran todos así, todos matemáticos para la *huevá*. Eso creo que es lo que no me gustó.

-¿Qué es lo que te gustó?

-Son excelentemente buenos en la exigencia, pero los convierte en máquinas. Me decía "A nosotros nos exigen en las coreografías que si el paso es ahí (señala un punto con su brazo), ahí va. No ahí (señala otro punto con su brazo). Y eso quiero, si tú no me das eso, tu no sirves. Punto".

Hay grupos a los que no le exigen eso. Por ejemplo a EXO. Es como que hacen la coreo igual, pero después con el tiempo la pueden modificar igual. Como en la vieja escuela. De hecho, como YG tiene fundaciones, DBSK también tiene fundaciones, podían ir modificando, pero grupalmente se veía coordinado. Pero la nueva generación de artistas está haciendo temas demasiado, demasiado técnicos. Demasiado matemáticos. Están forzando a alguien a ser un robot. De verdad pienso que no tienen vida, y si es que tienen vida, debe ser nada.

Y compartir con ellos, con la gente de Laos, de Tailandia, Grecia, Checoslovaquia, Islandia. De verdad te enamoras de la gente. Yo me enamore de la gente de allá, con la que hicimos contacto, porque hicimos un grupo privado y seguimos en contacto.

-Igual aprendiste como a valorar a tus amigos cuando te fuiste, ¿o no?

-Aprendí que la confianza no sirve de nada si tú no eres el ejemplo de algo. Me enseñó también que todos los países tenemos el mismo sentido del humor, o la mayoría. Todos compartimos lo mismo.

-Claro, porque sabías que te ibas a juntar con otras culturas, pero no sabías que iba a ser así.

-Claro, pero yo pensaba que quizás yo por ser así, ellos lo iban a tomar como una falta de respeto. Y no, eran todos relajados. Algunos menos que otros eso sí. Por ejemplo, los coreanos, eran todos cartuchos pero simpáticos.

-Pero no era algo tan terrible.

-No. No era tan terrible. Por ejemplo, la gente que conocimos, no, pero igual fue reducida.

Salomé debe ser una de las mujeres más reconocidas en el ambiente asiático en Chile. Es muy respetada entre sus pares y su profesionalismo es ampliamente alabado por muchos. Durante un tiempo – precisamente durante el boom del 2006 – apareció en muchos programas de televisión y radio, expandiendo su fama por toda Sudamérica. Aun así, ve su futuro en Chile, a pesar de tener sólidas bases para explotar su talento en el extranjero.

-¿Nunca has pensado dedicarte sólo al canto?

-El tema de cantar... sí, en un momento lo pensé. De hecho había gente que me quería producir un disco pero con temas propios. Pero “no me hallaba” y pensaba que quizás no era esa mi onda. Me gusta mucho cantar canciones de anime y quería hacer canciones propias pero del mismo estilo de la animación japonesa. Y eso es lo que estoy haciendo ahora.

-¿Qué es lo más impresionante que has hecho por tu afición con lo asiático?

-Lo primero, que me empezaron a invitar a eventos internacionales. Nunca imaginé que me iba a pasar. Me llegaban mails de México y hasta de España. Yo decía “debe ser gente que me conoce por la página web”. Un día me empezaron a

llegar invitaciones de afuera. Me preguntaban: “¿Cuánto cobras por este show?” Y yo pensaba: ¿Tengo que cobrar por esto? (risas). La primera vez que fui a México, fui gratis. Me pagaron los pasajes y fui gratis porque pensé en que no sabía cuánto cobrar. Pensé que no debía cobrar porque según yo en México nadie me conocía. Por lo tanto, no podía cobrar. Pensé en tomar la oportunidad para promocionar mi trabajo. Al final llegué y la gente me daba regalos. De hecho estaba esperando para salir y escuché unos gritos pero no pensé que eran por mí. Luego salí y estaba lleno de gente. En ese tiempo cuando fui a cantar todavía no estaban los cantantes de doblaje. Entonces la gente se dio cuenta que yo estaba cantando, y que había otra gente que estaba haciendo eso, y yo pensé “estoy perdiendo plata” (risas). La gente prendió mucho y me presenté en el evento los cuatro días. Me sacaron el jugo. En ese evento fueron muy buenos conmigo. Después de eso me invitaron dos veces más a México y ahí sí cobré. Un cantante original de doblaje (los que cantan las versiones en castellano de las canciones de animación japonesa) cobra 500.000 pesos y yo cobré 300.000. Todas las veces que he salido me he llevado sorpresas. En Perú se dio que teloneé a mi ídola de la vida, Masami Okui. Todavía no me lo creo. Tengo una foto en los camarines con ella. Tuve esa emoción de haber teloneado a mi artista favorito.

-¿Encuentras que los eventos están desapareciendo?

Todo el rato. Hay muchos problemas. La calidad, la gente, el público. Yo encuentro que se hace mucho, hay poca intención y la gente va igual. Antes cada dos meses había un evento y usualmente todos los recursos se destinaban a tener una buena amplificación, o a traer un invitado internacional.

-¿Puede ser que ahora todo se da más por la plata?

-Sí. Se dieron cuenta de que pueden ahorrar de muchas formas. Ahora hay mucha gente haciendo lo mismo que hago yo, lo mismo que hace la Jessica. No sé bien el nivel pero toda esta gente lo está haciendo gratis. Antes era como “tenemos invitados” y ahora es como “postula a nuestro evento para cantar”. Al final nadie le

toma atención a lo que está haciendo la persona arriba del escenario. Yo llevo harto tiempo, así que cobro por mi pega, a menos que sea un evento benéfico. No voy si no me invitan. No mando videos para postular. No me parece que sea algo necesario. Yo me metí a esto del canto. Estudié y hasta he ido a eventos internacionales. Si no me invitan, bueno no importa. Está bien. Hay una amplia cantidad de gente. Tampoco es mi idea quemarme estando en todos los eventos.

-O sea que lo ves como algo muy profesional. Es un hobby pero te lo tomas en serio...

Sí. Siempre quiero presentar algo bueno. De hecho, siempre estoy preocupada de grabar en estudio.

-¿Haz grabado openings de anime?

-No, no he grabado openings. He participado con una empresa que se llama EDEA, que está haciendo doblajes de anime como el del Detective Conan. He participado doblando openings como uno que se hizo para Argentina de Las Guerreras Mágicas. Grabé todos los openings de esa serie y aquí no se dieron cuenta. También hice una canción para una película de Conan que no sé si habrá salido. Y lo otro, es que salió mi disco de Sailor Moon que es un tributo a la serie por haber cumplido veinte años y ese disco salió en Las Últimas Noticias. Trato de manejarme trabajando con cosas bien logradas. Trabajo con derechos de autor. Pago en la SCD por cantar las canciones. No ocupo pistas de karaoke. Mando a hacer mis propias pistas. No quiero hacer el tema de forma aficionada. Hay una intención. No voy a ir a un evento gratis a pasar rabias por culpa de la amplificación. Igual cuando empecé con mi banda íbamos a eventos gratis pero – llegado cierto momento- ya no. Sobre todo cuando me lancé como solista, ya no podía seguir haciendo eventos gratis porque estoy invirtiendo en el tema. Lo que gano en los eventos lo reinvierto para poder seguir grabando canciones con una buena calidad. Entonces, no puedo ir gratis. Igual, yo no vivo de cantar en eventos de anime. He ganado bien en algunos lugares cuando me han llevado a eventos

internacionales. También ves eso, que en otros lados te tratan como estrella y acá en Chile no. (Risas) La primera vez cuando fui a México fue bien fuerte. Me llevaron a programas de televisión y en Perú también. Y acá en Chile no...

-¿Te da pena eso?

-No. Igual nadie es profeta en su propia tierra. Quizás es porque en otros países te ven menos. Cuando vas es más genial. Acá te ven más seguido. Igual Chile es súper *chaquetero*... Una vez tuve un problema con una persona de otro país, algo que fue una mentira. Había gente que decía "yo creo en ella (la otra artista) porque ella cantó la canción.

- ¿Gente de tu propio país decía esas cosas?

-Sí. Gente que estaba conmigo. Gente que trabajaba conmigo y que me conoce. Sufrí mucho. En esos momentos uno se da cuenta de las lealtades. Chile es muy *chaquetero* y por eso me volví muy hermética. También estoy haciendo menos eventos porque no estoy yendo a cualquier cosa para no "quemarme". Ojalá poder ir a los eventos que estén bien producidos.

-¿No te pasaba que te hacían cierto bullying por ser "una niña bien"?

-Sí me decían cosas como "ah, pero es que la Salomé es cuica". Pero nunca me lo tomé mal. Es que igual yo soy "bien piola". Yo era bien hippie. Era bien hippie para vestirme. Igual tenía mi corbatín. (Risas) Me dejaron de molestar cuando me teñí el pelo rojo.

- ¿Cuál fue el problema que tuviste con una cantante de doblaje?

-Lo que pasó es que a mi primero me contactaron los que se encargaban de las cajas compilatorias con los capítulos (de Sailor Moon). Me dijeron: "Oye sabes que, hay unas canciones que no encontramos (cantadas en español) y nos dimos cuenta que tú estás doblando las canciones de Sailor Moon. ¿Nos puedes enviar

una muestra?” Y yo envié las muestras a través de Mauricio Villarroel que los había contactado porque él había estado trabajando con ellos. Envié mis muestras y el caballero me dijo que estaban súper buenas. Dijo que estaba todo bien grabado y me dijeron que querían trabajar conmigo. Ellos quisieron que yo aportara con las canciones redobladas de la serie. Incluso, con las canciones que no estaban dobladas para poder ponerlas en los capítulos. Yo estaba feliz porque Sailor Moon es mi serie favorita. Después, llegó el mismo caballero y me pidió otras canciones. Había una del Cristal de Plata y me decían que con el doblaje anterior (en castellano) no se entendía bien y me pidieron que enviara mi versión y nuevamente me dijeron que estaba muy buena y así seguí. De repente, apareció esta señora (la cantante que doblaba las canciones de la serie original en castellano). Era la persona que doblaba las canciones en los 90. Apareció ella y dijo: “Pero cómo si estoy yo”. Y parte de la gente que trabajaba ahí era fan de la Sailor Moon original y dijeron que cómo no iban a tener a la cantante del doblaje original y ahí se armó la tremenda pelea. Unos querían trabajar conmigo y otros querían trabajar con ella. Nos habían hecho una entrevista en un programa de radio y esta señora dijo “No. Yo estaría feliz de grabar con Salomé. Podríamos grabar o repartirnos los temas” Y yo pensé que era muy amorosa. Y después en otro programa dijo: “A mí me tendieron una trampa”. Y así inventó todo un cahuín y no sé de dónde salió eso y yo quedé para adentro porque no entendía por qué estaba diciendo eso. Llegó todo el tema a Chile y traído por chilenos.

- ¿Quiénes fueron?

-Unos tipos de una radio online que por promocionarse – como radio farándula ñoña- decidieron hacer un cahuín. Dijeron hasta que yo le quería quitar el trabajo a tal persona y yo nunca envié mis canciones para quitarle el trabajo a ella. Yo pensaba que esta señora ya no estaba ya. Que estaba retirada y además me estaban pidiendo una pega y yo sólo enviaba mi trabajo. Después fue fuerte porque los *fans* de ella me escribían y hasta me decían que me muriera. Sufrí cyber bullying.

-¿Hace cuánto fue esto?

-Fue en el 2012. Lloraba mucho porque siempre intento hacer todo de la forma más correcta posible. Trato de ser correcta y transparente con todo. Por eso para mí fue muy fuerte. En un momento dije: “Yo ya no quiero más. No me vinculen más con ustedes (los de la empresa de doblaje)”. Y así corté el tema. Yo no les insistí nunca. Jamás. Dije: “Si no quieren trabajar conmigo bien y si no quieren bien también”. Yo no ando llorando por pega. El disco lo iba a sacar igual. Lo importante era hacerle un tributo a Sailor Moon. Lo saqué y al tiempo después se interesaron los que estaban viendo los capítulos de Las Últimas Noticias. Igual eso resultó y quedé feliz.

2.6.5. La cultura asiática en la vida: ¿Cómo salgo de esto?

Salomé vivió su paso de niña a adolescente y de escolar a adulta, incluida en el universo asiático. Creció y maduró envuelta en su afición a Asia. Aun así cree que los japoneses son muy herméticos y lo dice con conocimiento de causa: viajó a Japón, tiene amigos de ese país y, además, su marido trabaja con japoneses. Nos comenta también que ella cree que ese hermetismo se traduce en temas de negocio: no nos consideran un mercado rentable porque ellos sólo quieren concentrarse en un mercado local. “Son muy cerrados”, sentencia.

“Recientemente están viniendo artistas y es algo muy nuevo. Hace unos años atrás los artistas japoneses tenían esa actitud como de “qué vamos a ir a hacer allá”, Pensaban que éramos puros indios acá y recién se dieron cuenta que las cosas no son así. Ahora recién nos está considerando. Pero siempre muy herméticos y andan con cuidado”

-Igual hay gente de allá a lo que no le gusta esto...

-Igual el anime en Japón es algo muy mal mirado. A pesar de ser una industria millonaria, me da lata que lo vean de esa forma. Allá en las familias pasa que los padres le dicen a los hijos vinculados con esto, “pero hijo, por qué trabajas en videojuegos. ¿Por qué no buscas un trabajo real?”. Y eso que los tipos ganan bien. Igualmente las familias encuentran que es de lo peor trabajar en un rubro así. No se sienten orgullosos del tema de los videojuegos y tampoco de la animación. Japón es una isla. Eso te resume todo. Están muy apartados. Además el tema de la guerra con Estados Unidos. Todavía hablan del tema. Por ejemplo cuando fuimos para allá, había un festival típico Matsuri (en Nagoya), y los japoneses nos decían mucho que se imaginaban que todos los latinoamericanos son chiquititos y morenitos. Y me vieron a mí y soy alta. Eso les causaba gracia. Obviamente en Latinoamérica hay gente de todo tipo. Nos decían “ustedes parecen europeos”. También en el festival, pasó que me iba a sacar una foto en un puesto y había una abuelita que nos echó del lugar indignada. Después de eso preguntamos por qué reaccionó así y nos dijeron que eso pasa porque odian a los gringos. Les tienen mala los abuelos y hay una generación que le tiene mucha bronca aún a ellos. Ella debe haber pensado que éramos de Estados Unidos y nos echó. También cuesta mucho que un extranjero triunfe en Japón.

--¿En qué aspecto crees que la cultura asiática ha definido tu forma de ser?

No sé. Yo creo que me ha entregado valores. Por ejemplo eso de seguir los sueños con todo. Para mí eso es una de las convicciones que tengo en la vida. Hay mucha gente que intenta hacer quedar al anime como algo diabólico y yo no. De hecho conmigo es al revés. Encuentro muchas cosas bonitas en el anime. Encuentro que de verdad entrega muchos valores.

-¿Qué piensas de las nuevas generaciones y del choque cultural producto de la globalización?

-Está bien complicado el tema con los adolescentes. Siento que se les están dando las cosas más fáciles. Los veo viviendo la hora y preocupados de carretes. Sólo se preocupan del momento y no piensan mucho en el futuro.

- ¿Y respecto a lo asiático?

-Está muy bien aceptado. Ponte tú en los recreos a veces ponen K-pop. Pasó con Psy (Gangnam Style) y todos se ponían a bailar muertos de la risa. Me ha pasado que me dicen que toque una canción de Super Junior. Ahora es mucho más aceptado aunque no sea un boom.

-¿Para ti cuál es la principal diferencia entre lo coreano y lo japonés?

-Los japoneses son muy herméticos con respecto a sus producciones masivas. No les interesa difundirlo en otros países. En cambio, los coreanos son muy abiertos respecto a eso. Para ellos mientras más gente los siga, mejor. Están orgullosos de esa parte de su cultura. Cuando fue el boom del K-pop vinieron varios grupos “de una”. Y para que los japoneses vinieran pasó mucho tiempo. Creo que los japoneses deberían ser mucho más abiertos. Igual son bien machistas. Mi hermana trabaja en la Clínica Alemana y me contó que siempre llegan japoneses y las esposas son muy sumisas. Los doctores dicen, “señora, le tenemos que hacer tal examen” y ellas contestan “espere un poco. Tengo que preguntarle a mi esposo”. Por ejemplo, los exámenes ginecológicos.

-¿Por qué aun así prefieres lo japonés?

-Por una cosa de los años que llevo en esto prefiero lo japonés pero me gustan mucho los doramas coreanos. Le tengo más cariño a lo japonés igual. Para mí lo coreano es más nuevo. No es que encuentre que es menos valioso que lo japonés, pero pesa en menos de mí porque le tengo mucho cariño a la cultura japonesa que es más familiar para mí.

-¿Estás de acuerdo con esa afirmación que dice que los niños que crecen con el anime son más maduros?

-La verdad es que no sé porque “te encuentras de todo en la viña del señor”. Te encuentras con gente medio loca dentro del mundillo, como con gente loca fuera del mundillo del anime. Pero creo que hay gente que sí promueve ciertos valores que le ha entregado el anime. No sé si es más madurez pero siento que la animación japonesa nos vincula con la niñez. El anime es como – no sé si llamarlo infantil- pero evoca la pureza (dentro de todo porque también hay animé con contenidos fuertes en cuanto a lo sexual y otras temáticas), la amistad, la lealtad. Eso es lo que me gusta del género. Igual mi familia es muy correcta pero a mí me influyó mucho el anime.

- ¿Cuál ha sido el sentido del manga/anime en tu vida?

-Ha sido parte importante en mi vida. Es algo que me ha traído mucha felicidad. Hartas experiencias bonitas. De hecho yo creo que la gran parte de mi vida. Llevo gran parte de mi vida dedicada a eso. Ni siquiera puedo decir que es mi hobby porque no lo es. Es parte de mi vida.

-¿Tú eres más asidua a mirar Shojo⁹⁰?

-Sí (risas). Súper romántica.

- ¿No te gusta ver “recuentos de la vida” o “aventura”?

-Sí, también. De hecho *One Piece* no la he visto todavía pero entiendo un poco porque mi marido es muy fan de esa serie. Él me comenta de lo que se trata y yo digo “Qué bonito. Igual la quiero ver”. *Dragon Ball* me encanta. Me gusta mucho *Slam Dunk*. Me gusta esa serie porque habla de no rendirse, de trabajar en equipo. También, eso de que el protagonista se tiene que esforzar al máximo. Es

90 Animación japonesa para niñas, con mucho romance.

como que tú puedes ser “la nada” en la vida, pero con esfuerzo y trabajando se pueden ir logrando cosas.

-¿Cómo crees que los chilenos ven tu estilo de vida?

-En la pega ya saben. Ya lo conversé porque cada cierto tiempo tengo que viajar por eventos y mis jefes salen. Me dicen: “¿Cuándo sale en la tele?”. Trabajo en un colegio, en la parte de administración. De repente no falta el niño que me dice que me vio en la tele. Me ha pasado también que llegan las mamás de los niños y me dicen “Tía, yo no sabía que ustedes era famosa” (risas).

-Pero igual supongo que tienes amigos que no son de esta onda...

-Tengo amigos que no tienen nada que ver con el tema. Tengo una amiga que vive en Concepción. Estudiamos juntas. Y ella no ve nada de anime. Me va a ver cuando voy a su ciudad a cantar. En los eventos me digo “¡Tanto ñoño que hay aquí!” (Risas).

- ¿No has tenido dramas?

-No. He tenido suerte en eso.

- ¿Crees que alguna vez te va a dejar de gustar la cultura asiática?

-No.

- ¿Tienes hijos?

-No.

-¿Y cuando los tengas no te va a dejar de gustar?

-No. No tengo hijos. Estoy en la duda. Si quedo embarazada será obra del destino y de Dios. (Risas). No es mi sueño de la vida tener hijos. No voy a dejar de ver anime. Si algún día tengo hijos espero compartir mi afición con ellos. Tengo mi sobrina y le encanta Sailor Moon y Totoro. Cuando va para mi casa y me pide ver animación japonesa. Ella tiene 10 años. Es bien ñoña. Hoy antes de juntarme contigo andábamos comprando y nos encontramos con una tienda ñoña y me pidió que le comprara cosas. Ahora quiere que le compre un polerón con orejitas pero le dije “cuando me paguen”.

Otro aspecto importante es la conformación del grupo. Si bien a todos les debe gustar la danza, no a todos les tiene que atraer la música asiática, como pasó con Kevin en un principio. Es ahí donde entran en juego las diferencias entre occidente y oriente. Mientras en Asia no es raro ver a mujeres bailando como hombres y viceversa, aquí si lo es. Y no todo el mundo entiende. Sin embargo, para el ahora profesor de hip-hop, no existe ese problema pero si el de las rencillas personales dentro del grupo, lo que según el, es mucho más delicado: “Una vez me preguntaron ¿Por qué discriminar a las mujeres en un grupo? ¿Por qué se hacen grupos solamente de hombres? Es porque cuando tu metes a una mujer que baila bien en un grupo, no es sólo una mujer que baila bien en un grupo, sino que es una vagina bailando bien en un grupo y eso trae problemas. Si hubieran proliferado mucho más los grupos de niñas, no habría hecho Level Two y habría hecho un grupo de hombres bailando de niñas, por ejemplo. Obviamente habría escogido a gente homosexual porque no me gustan los problemas de parejas heterosexuales. Imagínate que yo tengo 2 chicos pololeando con 2 chicas de mi grupo. Y tienen problemas de pololos y discuten en el ensayo y están los dos con cara de poto, cuando tienes que estar lo más atento posible. Yo los reto. Les digo “¿sabes qué? Si van a estar así con cara de poto, mejor váyanse”

-Tu igual has tenido pololas dentro del mundo del K-pop...

-Sí, he tenido pololas, pero nunca compartiendo en un mismo grupo. Soy como... intento de decirle “no vayas a los ensayos porque no te voy a pescar y te vas a molestar” Para ahorrarle problemas, le digo que mejor no vaya.

-¿Pero igual van?

Es que ¿Sabes qué? Va en ti elegir a alguien inteligente para ser mi pareja.

-Elijes a personas entendidas...

-Claro. Todas las personas con las que he estado, por ejemplo con la Ale hace poco, con la que también bailé, era gente con materia gris.

-Actualmente, ¿Qué grupos te gustan? ¿A quiénes admiras?

-Me defino como un ELF solamente porque fue el primer grupo del que partí siendo fan, que fue Super Junior (SuJu). Primero fui fan de BIGBANG pero el fanatismo real fue con SuJu porque tuve que hacerlo, me tuve que afanar. Actualmente me gusta BIGBANG, me gusta Super Junior y me gusta TVXQ. Grupos que para mí simbolizan algo. Ahora, ¿grupos comerciales? Ahora me gusta BTS, BTS y BTS.

-¿De mujeres?

-After (School) y emmmm...

-¿Cero Soshi (Girls Generation)? ¿Cero?

-No, no. No me gusta mucho su onda.

-¿Las 2NE1?

-Tampoco.

-¿Y por qué no? Ellas se acercan un poco a lo que es...

-¿A lo que es hip-hop?

-No es hip-hop pero...

-Sabes que 2NE1 se me convierte auditivamente en una música electrónica básica que a mí no me llena. Por ejemplo, yo escucho los discos antiguos de BIGBANG y escucho autoría, escucho a gente que escribe sus canciones. Escucho a DBSK y escucho a gente que escribe sus canciones. Cuando escucho a JYJ, porque son autores. No me gusta DBSK de 2 (TVXQ), porque son calcetines que se rellenan los usaron como... algo así, como Bieber. Estoy en contra de la gente que es comercialmente popular, pero debo admitir que también consumo su música, porque es entretenida y buena y movida. No puedo decir que me gusta más "Ay Girl" (JYJ) que "Keep me head down" (TVXQ) pero idealmente me gusta escuchar más a JYJ.

-Hablando sobre tu consumo personal. ¿En qué productos asiáticos culturales gastas tu dinero?

-Hasta el momento, sólo he gastado en comida. Comida asiática.

-Lo mencionaste recién, el tema de la homosexualidad en el K-pop. ¿Cuál es tu opinión al respecto?

-A mí no me gustan cuando opinan que no es real. No creo que sea moda.

-Tú crees que es real...

-No creo tampoco que sea real, yo creo que corresponde a una exploración. El permiso a explorar. Por ejemplo el hecho de ser *tomboy* no significa tampoco que seas lesbiana.

-No pues, es como una moda no más...

-No, tampoco es moda. Porque la moda es el K-pop, Tomboy no es moda. Ellas se quieren parecer al chino no más. Es fanatismo. Ahora, si después encuentras que es tu opción sexual, es otra cosa. Si te permite cortarte el pelo y asimilarte a un hombre, tu mamá lo puede tomar de dos formas: "oh, le gusta un hombre entonces es normal" o puede pasar que "huevón, déjate el pelo largo no te lo cortes. Delinéate los ojos y píntate los labios", como obligarla porque no le gusta que tenga un aspecto masculino. Pero no encuentro que sea una moda. Toda la gente que tiene el pelo corto es porque es su voluntad. No creo que haya sido porque todos lo hacen y quiero ser popular, dudo que sea eso, no creo que sea eso. Conozco mucha gente que me ha dicho "sabes que me corté el pelo porque quería parecerme al chino", "Porque quería que mi grupo fuera bueno", "Porque quería parecerme a esto", "Porque quería que mi grupo estéticamente fuera similar". En algún momento me tocará hacer de mina y usaré una peluca, ¿así que si uso peluca soy homosexual? Estereotipar eso me molesta.

-¿Entonces crees que el K-pop podría ser una ventana para comenzar a explorar la homosexualidad?

-El K-pop es un nombre. Lo que pasa frente al fanatismo del Hallyu... hablamos de personas fanáticas de la música. Todos somos fanáticos. Todos lo escuchamos, todos nos aprendimos las coreografías, todos decimos "oh, qué buena esta *huevada*", "este *huevón* le pone", todos cachamos la historia. Por más que tú digas que no te gusta el K-pop, que sólo te gusta un grupo, igual todos somos parte de esto. Por más que tú digas que te gusta más el J-pop, igual eres parte. Y aunque te guste Justin Bieber y Rain, no, no es diferente. Yo creo que el tema sexual es como que no es relevante. Podríamos meternos al tema de las Pin-up y ahí sería

la misma pregunta. Podríamos meternos al tema de, no sé, mujeres que estudian para ser camarógrafas y sería lo mismo. Podríamos meternos al tema, en los hombres, al tema de la danza. Que estudian los hombres y son todos homosexuales y no es así. En realidad es sólo un espacio donde hay mucha gente, donde hay mucha variedad de aspectos porque trabajan con el aspecto. Entonces se da mucha variedad, mucha gente realmente por coincidencia descubren que tienen una opción sexual distinta. En mi caso, yo podría ser homosexual porque estaba en los Blue (Boys) y todos los que estaban ahí eran así y pude haber sido igual que todos y haber andado hablando distinto y lo pude haber hecho, pero mi opción sexual dice que no, que no soy así.

-De hecho, tú y el Sai eran de los Blue y ninguno de los dos...

-Ninguno de los dos era homosexual. Entonces es solamente un espacio donde te puedes desenvolver como tú mismo. Aunque tú me digas que tengo que imitar, aun así, hay cosas que fluyen como tuyas.

Capítulo 3. Doramas: la evolución de la telecebolla asiática

3.1 Transmisión de discurso a través de la TV: Modelo de vida asiática.

Cuando nos referimos al fenómeno asiático cultural en nuestro país, es imposible no hacer referencia al medio por el cual comenzó a expandirse la Ola Hallyu: los doramas. Se llaman así por la imposibilidad que algunos asiáticos tienen para pronunciar la palabra “drama” en inglés. Otra forma de explicar el origen de esta palabra hace relación con una particularidad del silabario japonés. En el momento en que la Ola *Hallyu* llega a Japón, el vocablo “dramas” no se puede pronunciar como tal porque en el idioma japonés no se puede ocupar la letra “D” sin acompañarla con una vocal. Como la letra “O” es una vocal sin sonido, queda como “D-O-RAMA”.

Por lo expuesto anteriormente, es que muchos seguidores de estas series prefieren llamar doramas sólo a las de origen japonés. Sin embargo, dependiendo del país de donde provienen, podemos diferenciarlos de la misma manera que la música: si son hechos en Corea del Sur, se les llama k-dramas, si vienen de Japón, j-dramas, a los de Taiwán o China, C-dramas.

Pero la separación en la nomenclatura no es casual y tampoco correspondería a sólo definirla en función de los países de procedencia de cada una de estas producciones. Esta taxonomización tendría un sentido mucho más profundo en cuanto al contenido de las mismas y lo que se transmite al público, en este caso, a la mentalidad occidental-chilena.

Si bien hoy sabemos el éxito televisivo que representan las importaciones de origen turco en la televisión nacional, el acierto fue propiciado en gran medida gracias al cambio del paradigma chileno que significó en los años noventa la transmisión de “Escalera al cielo”. Según constata Claudia Muñoz en el diario

Austral de Valdivia, esta telenovela estrenada el año 2003 en Corea del Sur y transmitida 3 años después por el canal estatal, logró destronar varias veces en el rating al ganador absoluto hasta entonces: SQP de Chilevisión⁹¹.

Pero los esfuerzos por expandir la cultura coreana no terminarían con esto. Según lo que la misma periodista relata, el año 2012 el éxito volvería gracias a la gestión del Consejero Cultural de la Embajada de Corea del Sur, Park Sun Tae. Habría sido el mismo secretario del estado coreano quien, sin ningún desánimo, visitó todos los canales de televisión local para promocionar la transmisión de estas producciones de la pantalla chica. Y lo logró. Como resultado, el 2012 SQP fue nuevamente superado -ahora por Mega- gracias a la audiencia de más de 6,5 puntos de rating de “Casi el Paraíso”, la versión doblada al español de “Boys Over Flowers”⁹². El impacto de la serie fue grande en el público chileno, el cual había estado acostumbrado a las importaciones mexicanas o brasileñas, pero no así a las del sudoeste asiático.

3.2 ¿Qué estoy viendo?: Desde compartir experiencias hasta adquirir un hábito.

Es enero de 2015 y en Santiago se pueden sentir los 27 grados Celsius promedio de temperatura. A pesar de esto, Angélica Quiroz Puentes, estudiante de Periodismo Universidad Diego Portales de 21 años, nos cuenta de manera muy entusiasta cómo se relaciona con el mundo asiático y en específico con los doramas:

91 Muñoz, Claudia. (2012, 9 de diciembre). Teleseries coreanas: doramas antes que flores. Diario Austral, suplemento de TV. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.australvaldivia.cl/impresas/2012/12/09/full/41/>

92 Vallejos, Sergio (2012, 24 de junio). “Casi el Paraíso”, la teleserie que la rompe en Mega. Diario Las Últimas Noticias, suplemento Tiempo Libre. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW:<http://www.lun.com/lunmobile//Pages/NewsDetailMobile.aspx?dt=2012-06-24&Paginald=31&SupplementId=0&bodyid=0&IsNPHR=1>

-¿Cómo llegaste a los doramas?

-Debo admitir que llegué por un dorama japonés. Una amiga me recomendó Hana Yori Dango, un dorama japonés. Lo vi hace mucho tiempo y así fue como partí. En youtube estaba la opción de ver otro dorama y así fue como llegué a Goong. Ese fue mi primer dorama coreano.

-¿Y actualmente ves sólo doramas coreanos o también ves japoneses?

-No, veo de los dos y también taiwaneses.

-¿Tú crees que los doramas han influenciado tu manera de vivir?

-No, la verdad es que no. Soy muy distinta a los personajes de los doramas. Yo lo veo más como una diversión, para ver algo entretenido. Los doramas son como inocentes, como que es un amor súper puro y eso no pasa en realidad. Es como para reírme un rato.

Sin embargo, Angélica sabe que no tiene el gusto de la mayoría de los chilenos, pero tampoco se siente parte de un grupo exclusivo y está consciente de la proliferación de la cultura asiática en las nuevas generaciones: “Antes las que veíamos doramas éramos más grandes, de 20 o 30 años, porque nos gustaba algún grupo. Cuando dieron Boys Over Flowers en la tele a esto se sumó todo tipo de público: desde *cabras chicas* a señoras casadas que les empezó a gustar el tema y hasta el día de hoy siguen viéndolos. Quizás por eso se masificó. Si alguien en su casa ve un dorama lo más probable es que los demás sigan viéndolo también, pero eso depende de lo que pase con los doramas, si logran adaptarse al nuevo público.”

La adaptación que ella señala no sucedió y el rating cayó a niveles estrepitosos. Luego de la emisión de la serie “Sorpresas del Destino” (Brilliant Legacy), el canal

privado no pudo continuar el éxito que hoy se ve reflejado en las teleseries turcas y hasta ahora no ha vuelto a emitir series coreanas.

3.3 Disfrutando del otro lado del Pacífico desde la pantalla del computador.

A pesar de esto, el fanatismo de muchos chilenos es el mismo que tienen otros en todo el mundo y que disfrutan a través de páginas de alcance mundial como www.viki.com. Esta vitrina cuenta con series subtituladas en más de 20 idiomas, la mayoría de ellos, doramas que se han registrado y subido en esta plataforma virtual gracias a la colaboración de miles de seguidores, quienes lo hacen en forma gratuita y probablemente mucho más rápido que un servicio formal.

Tanto Viki.com como Dramafever.com ofrecen cientos de series, programas de variedades y películas en muchos idiomas. Sin embargo, Viki se basa en un voluntariado que ha permitido que, a través de su propia plataforma, sean los mismos usuarios de la red quienes puedan subtitular producciones en un número no menos considerable de 160 idiomas. Según reza en su misma página, por medio de una licencia de creative commons, se han transformado en “la primera y más rápida plataforma para subtitular en tiempo real y compartir video”⁹³.

La facilidad de interacción de Viki y la diversidad de Dramafever, ha provocado que el acceso, antes limitado a este material, convoque a cientos de personas alrededor del mundo, incluido Chile y en gran parte ha contribuido a la creación de comunidades virtuales sobre este tema, referente no sólo a material audiovisual surcoreano, sino de todo el sudeste asiático.

93 Viki (<http://www.viki.com/about>)

3.4 La importancia de los grupos virtuales en la masificación del drama asiático.

Las redes sociales, como hemos señalado anteriormente, se han convertido en una gran ventana para compartir con personas de distintas latitudes un contenido hasta ahora restringido. Las “DramaAdictas~” es uno de los tantos grupos de Facebook que se dedica a publicar comentarios y noticias acerca de los dramas de origen asiáticos que se emitieron, se emiten y los que están por emitirse, según reza la misma descripción de éste. En él, más de 430 personas opinan acerca de estos temas y ellas mismas generan contenido al respecto.

Su creadora, Angélica Quiroz, explica que la creación de este espacio significó casi una necesidad para poder comunicarse más efectivamente. Para la futura periodista, su grupo de amigas no podría comunicarse tan libremente como lo que le ofrece el mundo virtual de la página de Facebook. Al respecto señala: “todas mis amigas ven doramas. La verdad es que soy yo la que las influencia a verlos. Soy yo la que veo un capítulo y digo "oye, este dorama está muy bueno" y ahí ellas empiezan a verlo. Yo creé el grupo de Facebook, las DramaAdictas~. Nació porque estábamos celebrando el cumpleaños de uno de los integrantes (de DBSK). Al principio éramos puras Cassiopeias y ahora hay casi 400 miembros”.

- ¿Por qué nace la necesidad de crear un grupo así?

-Lo hicimos en realidad porque éramos como 20 personas en un principio y es incómodo tener un grupo de Whatsapp o de Messenger Facebook porque se van perdiendo las conversaciones. Si tú no estás conectada, te vas perdiendo. En cambio, en un grupo de Facebook, tu pones la publicación y abajo la gente comienza a comentar sobre los personajes que están saliendo en ese dorama, entonces es más fácil.

Los dramas asiáticos o doramas son producciones televisivas que se graban bajo la misma lógica de las telenovelas hispanas o las series anglosajonas, sin embargo, tienen una duración muy distinta. La regla dicta que en el resto del mundo estas historias pueden variar entre 30 minutos y una hora. Los días de transmisión dependen del tipo de producción al cual nos referimos: las telenovelas se transmiten, por lo general, los 5 días hábiles de la semana y las series, uno o máximo dos días por semana. Los doramas, en cambio, se transmiten más parecidos a las series, durante dos días a la semana pero su duración supera la hora con 20 minutos por episodio. Además, no suelen tener temporadas de transmisión como las series -salvo ciertas excepciones- y no se extienden más allá de los 21 capítulos. Las más extensas han llegado a los 51 episodios, respondiendo al éxito con el público como en el caso de la serie “Empress Ki” de MBC, pero esto sigue siendo una excepción a la regla.

“Yo veía antes hartas teleseries mexicanas pero ahora lo que me da más *lata* de verlas es que la extensión es mucha. Son como 100 episodios, entonces es estar todo el año viendo la misma cosa. Cae en el aburrimiento, en lo monótono, se empieza a repetir la misma historia. Además, en los canales de televisión dan como 20 minutos de teleserie y siempre duran 1 hora y lo demás son sólo comerciales y eso te aburre.” Nos cuenta Jael Rocco, asidua seguidora de doramas.

Jael tiene 22 años y no dispone de mucho tiempo porque estudia y trabaja. A pesar que confiesa que siempre le gustó ver anime cuando era más pequeña, dice que nunca lo hizo por tener un sentimiento de identificación con ellos: “era porque me gustaban y los encontraba chistosos y de hecho, todavía los veo”, señala.

- ¿Cómo llegaste a los doramas?

Porque una *profe* del colegio nos empezó a hablar de esas cosas.

- ¿Qué año fue eso?

-Como desde el 2009-2010.

- ¿Cuántos doramas has visto?

-Yo creo que fácil como unos 30.

- ¿Con quiénes conversas sobre la cultura asiática?

-Es que como tengo varios amigos y gente conocida a los que les gusta lo mismo, con ellos hablamos. Como onda salió esto o va a salir esto. Tengo a mi hermana también, que a ella también le gustan esas cosas entonces con ella conversamos.

Su familia no cree que su particular afición por la cultura asiática sea “tan normal”, sin embargo lo aceptan. “Antes como que veía mucho, mucho, pero ahora no estoy viendo tanto. Generalmente los veo -los dramas asiáticos- porque el actor me gusta o porque la historia se ve buena. Me gustan los dramas románticos”.

-¿Sólo coreanos?

- He visto 3 taiwaneses.

La extensión de los doramas, entonces, se ha convertido en un gran enganche para los seguidores de la cultura asiática, pero no es el único. A la mayoría de las *fans* les atrae el hecho que sean tan distintas al producto nacional, al menos para Angélica esa diferencia es clara: “Aquí las teleseries son más dramáticas. Yo igual veo alguna que otra teleserie latina. Me gustan por lo mismo, porque son super dramáticas. Que la tipa que se acostó con este o con este otro, quedó embarazada la otra. Son como temáticas más truculentas, cosa que no ves en los doramas”.

Cristal Altamirano es la mayor del grupo, con sólo 26 años, pero sin duda la más directa. Como asistente administrativa en una municipalidad, vive como un adulto responsable su afición: “Vi harto tiempo -teleseries latinas- cuando estaba en el

colegio pero siempre la misma cosa: sexo. *Puras minas* despechadas que crean situaciones como de ceguera, embarazos o enfermedades”.

-¿Y cómo conociste a los coreanos?

-El año 2005 aproximadamente, cuando estaba en el colegio. Una amiga me paso un manga, en esa época leía muchos mangas en el PC, y entre ellos me recomiendo un Manhwa o comic coreano, llamado “Goong” y al tiempo me aviso que se haría la versión live action de ese Manhwa y fue como... ¡bacán! Fue así como interactué con mi primer drama coreano, porque antes veía japoneses.

-¿Cuántos doramas has visto?

Unos 100 quizás o un poco más. No sabría darte un número exacto. Comencé el 2007 a ver dramas coreanos ese año se estrenaba “Coffee Prince” y me enamoré de la historia. Es mi favorito de la vida. Vi “Coffee Prince”, porque vi Yoon Eun Hye en “Goong” me encantó y después verla como *machorra* cuando la había conocido como una *ladyen* “Goong”, me mató.

-¿Con quiénes conversas de doramas? ¿Tienes algún grupo de amigas?

No sé si llamarlo grupo, pero conozco a varias *chiquillas* con las que hablo de doramas. A varias las he enviciado, como también a gente que no sabe nada de este mundillo que ha visto dramas y los han disfrutado tanto como yo.

- ¿Y cómo es la dinámica? ¿Ves un dorama y lo recomiendas? ¿Lo ven juntas?

-Nunca he visto un drama con alguien. *Onda* yo lo veo y me emociono por mucho tiempo. Lo empiezo a recomendar como loca.

Existe un deber ser para las DramaAdictas~, la mayoría de ellas dedica gran parte de su tiempo libre a esta verdadera afición. Para Angélica Quiroz es un verdadero reto: “Ahora estoy viendo menos. Hubo un tiempo en que yo todos los días. Todas las semanas veía por lo menos dos capítulos de cada drama. Tiendo verlos en

emisión entonces como los doramas los dan lunes y miércoles o martes y jueves, sábados y domingos, yo me dividía en la semana para verlos. Y así lo hacía. *Onda*, hoy día veo este dorama y pasado veo el otro, mañana dan este y pasado dan el otro, y así podía ver 2 o 3 doramas por día. Ahora no porque como estaba en la universidad, no te da tiempo como para ver mucho. Pero aun así, en la semana debo estar viendo unos 5 o 6 capítulos.”

Para nuestras entrevistadas, el factor tiempo es un enemigo nocivo para su pasión por las series. Mientras Jael se queja sobre sus propias obligaciones: “En vacaciones, veo todo el día. En mi vida normal deben ser unas dos horas semanales. Más de eso, no puedo.”, para Cristal también significa un sacrificio agregado dentro de sus obligaciones: “Por trabajo, con suerte 1 hora al día, el finde hay más tiempo.”

-¿Cuándo los ves? ¿A qué hora?

Casi siempre en la noche

-¿Los doramas han influenciado en tu diario vivir?

Sí. Hay muchas frases o situaciones que me han hecho reflexionar acerca de mí o del día a día.

-¿Lo nota el resto de las personas o es un cambio para tí solamente?

Yo creo que lo que más nota el resto es que estoy demasiado enviciada con esto. Antes era casi el día entero pegada viendo series.

-¿Te ha afectado en algo eso?

El cambio o el click son más bien internos. No me han afectado para nada. Sólo he conocido más gente, gente normal que comparte el mismo gusto por esto.

A pesar que el gusto de Angélica, Cristal y Jael no se limita a un sólo país, cada una coincide en una preferencia entre las teleseries coreanas o japonesas y

consideran primordial la diferenciación en las actuaciones de cada versión asiática.

Angélica señala que “el japonés es más sobreactuado, los personajes le dan un enfoque más de caricatura, más lúdico al drama. Están más enfocados a la historia, a la relación de amor o de hacer llorar a la gente. Tienden ellos a eso, como que se ríen de ellos mismos. Generalmente yo siempre me estoy riendo cuando veo los dramas japoneses. A no ser que veas Un litro de lágrimas, que eso es para ponerse a llorar todos los capítulos.

Los coreanos son un poco más serios en ese aspecto y es lo mismo que pasa con los taiwaneses. Los taiwaneses son de estos tipos que tiran toda la carne a la parrilla. Si la tipa tiene que darse besos con 3 tipos, la tipa se va a dar besos con los tres tipos. En cambio, en el coreano, vas a tener que esperar ver los últimos 3 capítulos para ver un topón entre los protagonistas. Básicamente esas son las diferencias que veo yo.”

Jael discrepa diciendo que “la diferencia que yo creo son más que nada las historias. Las historias japonesas son un poco más infantiles, un poco más fantásticas y otras son como más realistas, más adultas. En cambio las coreanas que son como de amor, son de un amor más inocente y la protagonista es como más sacrificada y siempre le pasan cosas y siempre el mino la salva. Las japonesas son como un poco más normales, como del día a día. En este momento me gustan más las japonesas. Pero antes me gustaban más las coreanas, como hace 2 años atrás y ahora, como conocí un poco más a los japoneses, me gustan más”.

Para Cristal, a pesar de no haber visto muchos dramas japoneses, “lo que de pronto me comenzó a molestar era su nivel de exageración en algunas cosas, aunque igual hay algunos muy buenos. Y ¿cuáles me gustan más?, yo creo que los coreanos porque los otros dejé de verlos. Confieso que en un principio fue

chocante escuchar el coreano o el taiwanés, estaba mega acostumbrada al japonés. El japonés es monosílabo, es más entendible de buenas a primeras que el coreano, porque mezcla consonantes con consonantes. El japonés es más simple de entender, aunque más complejo de escribir que el coreano. Cada uno tiene sus pro y sus contras.”

3.5 Emprendimiento versus la ilegalidad: vendedores online de dramas.

La forma de acceder a estos dramas asiáticos se da a través de internet o el comercio de algunos locales especializados, formales o no-autorizados. En este sentido, las fanáticas no se ponen de acuerdo en lo que es más conveniente para cada una. Si bien la mayoría de ellas llega a través de sitios como *youtube.com*, luego, en la búsqueda de una mejor calidad, comodidad o prontitud en los subtítulos, terminan optando por comprar los dramas ya emitidos en formato DVD o buscando páginas especializadas de otros fans, como *viki.com* o *dramafeaver.com*, como hemos señalado anteriormente.

Sin embargo, las cifras oficiales señalan que la cantidad de compras de productos asiáticos de chilenos en internet superaron los 2000 millones de dólares en 2014, lo que corresponde a 1 de cada 3 chilenos que se conecta a la red virtual⁹⁴. Esto nos habla de un mercado que se expande más y más en nuestro país y que promete a quienes se arriesguen, ganancias cuantiosas.

Es el caso de Paola. Tanto ella como su marido se han abocado a la venta de dramas asiáticos y otros productos de este origen a través de internet. Todo comenzó el año 2011 cuando ella tomó una licencia médica durante 4 meses que

94 Teletrece (Televisora) (2015, 13 de abril) El consumo asiático [Reportaje], Teletrece. Santiago: Canal 13. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW:
<https://www.facebook.com/teletrece/videos/799999710081595/?permPage=1>

no fue pagada y necesitaba un ingreso extra para mantener su hogar. El éxito de su negocio fue tal, que actualmente ella dejó su trabajo formal como vendedora para dedicarse 100% a la venta de conciertos, películas y, principalmente, doramas.

3.6 Las responsabilidades de la expansión cultural: Sincretismo versus aislamiento.

Si hay un factor en común entre Chile, Japón y Corea es el aislamiento regional. Cada uno de estos países comparte el hecho de ser verdaderas islas culturales en su espacio geográfico. Chile es un país que ha tenido conflictos diplomáticos con sus dos vecinos del norte: Perú y Bolivia; con éste último aún tiene un litigio sin resolver en la Corte Internacional de la Haya por derechos marítimos. Con Argentina este tipo de discusiones están zanjadas, pero el límite que significa la Cordillera de los Andes nunca ha permitido una fluidez para compartir y la disposición de nuestro país en una larga franja de territorio con distintas realidades geográficas claramente no facilita las cosas.

En el caso de Japón y Corea, sus propias relaciones diplomáticas están mermadas por el conflicto originado en la Segunda Guerra Mundial y actualmente con la disconformidad japonesa sobre el territorio de las islas Dokdo o Takashima. El pueblo coreano tiene una fuerte disputa moral con el pueblo japonés en donde ellos exigen que los nipones pidan perdón por todos los abusos que se realizaron durante la invasión a la península. Sin embargo, el imperio japonés no tiene ningún interés en hacerlo si esto no genera una retribución en las tierras que ellos consideran propias.

Ambos países también mantienen relaciones diplomáticas inestables con sus otros vecinos: China, Corea del Norte y Rusia, básicamente ligados a temas de estrategia política y la relación con Estados Unidos. Sin embargo, Corea del Sur acaba de firmar un TLC con China, lo que habla de una sana convivencia en temas económicos. ¿Pero qué pasa en torno a los temas culturales?

El índice de extranjeros en Corea del Sur llegó a un record del 3,4%, triplicando su porcentaje de hace 10 años⁹⁵. Chile está alrededor del 2%⁹⁶ mientras que en Japón alcanza el 1,7%⁹⁷. Todo esto se distancia bastante de la realidad de muchos países en los que el índice de extranjeros sobrepasa el 30%, lo que permite una interacción cultural más globalizada y en que las políticas de integración sean mucho más activas y propositivas.

Si bien anteriormente mencionamos las políticas que tanto Corea como Japón han promocionado para aumentar la visibilización de sus culturas en el extranjero, esto sólo incorpora el aspecto económico de ambos países y no significa una interacción seria en cuanto a sincretizar las dos culturas. Existe un temor de la población hacia el extranjero en los tres países analizados en este trabajo y se puede visualizar en las condiciones paupérrimas o de pobreza en las que vive la mayoría de la población extranjera residente en estos tres territorios.

95 Paola (2015, 7 de mayo). El número de residentes extranjeros en Corea del Sur aumenta más del triple en 10 años. Agencia de noticias Yonhap, sección Nacional. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://spanish.yonhapnews.co.kr/national/2015/07/05/0300000000ASP20150705001400883.HT ML>

96 Cooperativa.cl (2015, 1 de marzo). Casen: Inmigrantes duplicaron su número y equivalen al 2,1 por ciento de la población. Cooperativa, sección País. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.cooperativa.cl/noticias/pais/poblacion/inmigrantes/casen-inmigrantes-duplicaron-su-numero-y-equivalen-al-2-1-por-ciento-de-la-poblacion/2015-03-01/122756.html>

97 Taniguchi, Hanako (2011, 16 de marzo) Los latinos son el segundo grupo más grande de inmigrantes en Japón. CNN México, sección Reconstruyendo Japón. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/03/16/los-latinos-son-el-segundo-grupo-mas-grande-de-inmigrantes-en-japon>

Sin ir más lejos, el 20 de febrero de 2015 en Kawasaki, Japón, fue asesinado un niño de madre de origen filipino por otros niños con familias de la misma condición. En la crónica escrita por Haru Sugiyama, se expone que este hecho viene a poner en evidencia la situación precaria de violencia, abusos laborales, aislamiento y despreocupación estatal en la que vive gran porcentaje de la población extranjera en Japón: “Entre 2004 y 2008 me dediqué a informar sobre la vida de los niños con padres extranjeros en Japón. Lo primero que pensé cuando supe del asesinato de Ryōta y de su conexión con Filipinas era que mis temores se habían hecho realidad. Noté que la delincuencia entre los hijos de padres extranjeros era en parte el resultado de prejuicios muy enraizados en la sociedad japonesa y de una red de seguridad ciudadana completamente inadecuada. [...] La pobreza de las familias compuestas por una madre soltera y su hijo o hija, independientemente de la nacionalidad, es un problema grave que sigue empeorando en Japón. [...] El asesinato de Ryōta me pareció sintomático de una sociedad y política con defectos.⁹⁸”

Pero como hemos dado cuenta anteriormente, la política cultural expansionista se refleja en la televisión a través de los doramas. Según consta en el sitio web de KOTRA-KBS⁹⁹ Santiago, es a partir del año 2013 donde los inversionistas coreanos comienzan a ver en Chile un mercado potencialmente atractivo. Ese año, nuestro país obtiene la más alta preferencia por la comida asiática dentro de todos los países latinoamericanos, también se comienzan a transmitir en VIA X dos producciones coreanas y la Embajada organizó el primer festival de k-drama¹⁰⁰.

Sin embargo, ya se vislumbraba el mayor problema que han tenido las producciones asiáticas: “generalmente tratan temas como amistad, amor y valores

98 Sugiyama, Haru (2015, 8 de julio) El asesinato de un menor en Kawasaki expone las deficientes políticas sociales de Japón para abordar la inmigración. Nippon.com, Sección Sociedad. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en WWW:
<http://www.nippon.com/es/currents/d00176/?pnum=1>

99 KBC es el Korea Business Center

100 Kotra Chile (<http://www.chile.kotra.or.kr/board.do>) Consultado el 13 de julio de 2015

familiares, que son sentimientos universales que atraen a una amplia audiencia. El problema es que en Chile la mayor audiencia está representada por adolescentes y veinteañeros, por lo que es necesario buscar una manera para atraer a todas las generaciones¹⁰¹. Nuevamente el aislamiento cultural impide la realización de un sincretismo y la penetración de los contenidos en el público extranjero.

Esta adaptación debe reflejarse en todo tipo de relación comercial. Por ejemplo, en el caso de la comida es muy difícil y costoso traer los ingredientes exactos a Chile para replicar los platos típicos de un país en el nuestro. Es por eso que la adaptación de los ingredientes hizo que Chile se convirtiera en el país que consume más comida asiática en Latinoamérica, gracias a los esfuerzos nipones y chinos de adaptarse.

Según KOTRA-KBC, en 2007 el mercado en Chile alcanzó US\$ 378,2 millones, es decir, un 108,2% más que hace cinco años en ventas de productos coreanos y el gasto por persona equivale a unos 46,9 dólares, casi el triple del pueblo mexicano y muy superior a lo esperable por el tamaño de nuestro mercado. El Centro de negocios considera que Chile es atractivo en cuanto a su poder adquisitivo, pero se da cuenta que Japón ha localizado su producción gastronómica en distintos puntos del país, al contrario de Corea que sólo se ha focalizado en uno o dos sectores de la ciudad, como el barrio Patronato.¹⁰²

La impermeabilización de la cultura se da en el ámbito culinario pero también en la transmisión de contenidos culturales. La llamada “telenovela de casa” es un fenómeno nacido en Japón que tiene como principal objetivo poder mostrar al público de distintas localidades la forma común o usual de vivir en ese país.

La "telenovela de casa" es un género aún vigente que se ha caracterizado por mostrar la realidad de la familia japonesa. Sin embargo, de acuerdo a la época,

101 Ídem
102 Íbidem

este tipo de telenovelas ha reflejado diferentes características de la realidad de las familias. También estas novelas han sido testimonio visual de los cambios de cosmovisión y mentalidad de la misma sociedad nipona. Si en 1958 podíamos ver a familias patriarcales muy numerosas, en 1973 era común ver doramas en que las madres son las protagonistas. A partir de 1979 los problemas familiares son la tónica, los quiebres estructurales parecen ser espejo de lo que pasaba al interior de los hogares y los escolares son la clara muestra de lo que ocurre – como por ejemplo, el dorama “Nen B gumi Kinpachi Sense'i”-. Hoy en día, la gran mayoría de las telenovelas se basan en el matriarcado, padres trabajólicos, niños que se crían solos y el humor negro (Álvarez, 2012).

Pero no es una característica propia sólo de Japón: los doramas son uno de los medios más efectivos que tiene el suroeste asiático para transmitir hacia occidente sus costumbres y su cultura. A través de la televisión somos testigos de muchos aspectos de la vida asiática que por otro medio no seríamos capaces de visualizar. Para Claudia Paredes, miembro de las DramaAdictas~, principalmente es fácil percibir en los doramas coreanos el nivel de exigencia en la educación, los prejuicios que tienen y sus formas de respeto a los mayores en edad y rango.

Para Cristal, esta realidad se hace evidente sólo por el hecho de ser muy distinta a la propia. Eso también la hace visualmente atractiva para quienes no conocemos esa realidad y no sabemos los modos que tiene el público coreano de relacionarse con sus pares, los que son muy distintos a los de nosotros.

-¿Cómo crees que los doramas traspasan la realidad asiática a la pantalla?

-Igual depende mucho del drama, muchas veces la realidad que nos muestran es sacada de un comic, manhwa o un *webtoon*, entonces muy cercana a nuestra realidad no es. Sin embargo, en los que podrían acercarse a nuestra cotidianeidad, puede que los autores se inspiren en los pros y contras de la sociedad coreana, esos mismos que uno admira o a veces crítica por su extrema exigencia. Por ejemplo, el que una mujer pasado los 30 años esté soltera, es casi

como un *cacho* para la sociedad, ya que hasta para encontrar trabajo ponen problemas.

-¿Crees que son realidades ficticias?

-¡Totalmente! Sobre todo ese típico *cliché* de la persona rica con mil problemas que se enamora de una persona pobre, pero libre, quien le muestra que la felicidad está en las cosas simples. ¡Qué cursi!

-¿Qué imagen de país crees que quieren proyectar?

-Una sociedad exigente, que ha llegado a donde está por el nivel de obligaciones que se les dan a las personas. Desde el momento mismo de ser una familia, criar a los niños siempre tienen más obligaciones que derechos: en los colegios y en los trabajos se les exige mucho a las personas, aun cuando en los dramas se nos muestran que hay muchos momentos de esparcimiento, muchos sabemos que la realidad coreana o asiática en general no es así. Quizás debido a lo mismo se dan los niveles de estrés que tienen allá las personas, pero proyectan una realidad muy distinta de la que es a través de la TV, quizás con el fin de apalear un poco el estrés y darles la opción de soñar por un momento que las cosas, no son tan terribles como lo parecen.

La psicóloga Cecilia Cabello -quien es también una seguidora asidua de las historias televisivas venidas de Asia- cree que era completamente posible comunicar a través de la realidad de los doramas, aspectos con los que nos sintiéramos identificados como chilenos: “Los dramas antiguos mostraban fuerte un tema de moralidad. Creo que refleja bastante sus costumbres e idiosincrasia, sus valores sociales; en realidad, la moralidad que es su ideal y que no necesariamente se debe cumplir a cabalidad. Es una realidad diferente, idílica, no sexualizada al extremo, por lo mismo las turcas la llevan. Es otra cultura.”

Sólo comunicar aspectos propios nos limita a aislar los contenidos y en vez de servir como un “propagador” de la cultura, se transforma en un producto de origen

y para el consumo nacional. Esta sería la gran diferencia entre el despliegue de los doramas en Mega y el éxito sostenido de casi dos años, en el mismo canal, de las teleseries turcas.

**-¿Cómo crees que afectó esa realidad en el éxito de las series acá en Chile?
¿Por qué no resultaron?**

-Yo creo que si no resultó fue por el horario y por la temática de las series. A esa hora las señoras están haciendo comida. Si las dieran en otros horarios hubiera sucedido lo mismo que con las turcas.

-O sea que si hubieran puesto a Lee Min Ho en la noche, ¿habría sido como el Onur?

-Algo así. Pero en un horario después de clases y del trabajo.

-Como en el vespertino...

Sí.

Capítulo 4. Proyecciones de la música asiática en Chile: consumidores y errores.

4.1. *Cómo se distribuyen hoy los fanclubs del K-pop en Chile.*

Primeramente, no se puede hablar de que haya una sola visión respecto al fan del K-pop. Dentro del mismo fenómeno cultural existen muchas variantes puesto que el rango etario presente entre los seguidores del pop coreano –sobre todo desde hace dos años cuando se masificó mucho más- es bastante amplio. Hay conocedores del K-pop desde posiblemente los 14 a los 30 años actualmente, e incluso más, ya que son los mismos adolescentes los que han contagiado a sus familias con la Ola Hallyu. Sin embargo, las madres de los *fans* más acérrimos se han centrado principalmente en los doramas.

También sucede que los *fans* de mayor edad pertenecen a fanclubs de grupos y solistas antiguos, entre los que se encuentran por ejemplo Shinhwa, DBSK, SS501, Super Junior (grupo que abarca un rango etario amplio) el solista Rain y, en algunos casos, BIGBANG, 2NE1 (aunque este grupo tiende a llegar mayormente a los adolescentes), MBLAQ y SS501 (artistas que llevan como mínimo cinco años de carrera ya en el 2015). Cabe señalar que existen uniones que han trascendido en el tiempo como la de Rain Cloud Chile y A+ Chile: MBLAQ's Fan Club, *fans* de Rain y MBLAQ, respectivamente. Esta ligazón se cimienta en el hecho de que fue Rain quien armó MBLAQ, lo cual unió a ambos fanclubs en nuestro país.

Ocurre también que las uniones entre fanclubs (que se agrupan en fandom que se constituyen internacionalmente y cuya raíz se encuentra en Corea del Sur) se

generan debido a que varios grupos pueden proceder de una misma compañía, equivalente a los sellos musicales por este lado del mundo, por lo que no es raro ver unidos a los *fans* de BIGBANG y 2NE1, ya que las dos agrupaciones son parte de YG Entertainment, empresa que posee también como solista al afamado cantante PSY, quien triunfó a través de “Gangnam Style”, pero que dentro de los antiguos *fans* del K-pop no dio mucho que hablar. Posiblemente, PSY ayudó a que se diera conocer más el género en algunos sectores económicos de Chile (como el ABC1), pero para los *fans* recurrentes no fue tan importante y se quedan con las canciones más antiguas de ese *idol*.

Sin embargo, a partir del 2013 y del 2014 el panorama cambió para presenciar el fenómeno de EXO-K y EXO-M (que constituyen un grupo pero se divide en dos; cada uno separado por su origen coreano o chino: EXO-K que significa “EXO KOREAN” y EXO-M que se refiere a EXO MANDARÍN). Hoy por hoy prácticamente no quedan integrantes chinos y eso ha desatado una gran controversia en contra de SM, una de las agencias más importantes de captación de *idols* de Corea del Sur.

En Chile existen diferentes eventos (como Hanguk Festival de Pablo Andrade¹⁰³) que reúnan a los fanáticos del K-pop. Normalmente en estas instancias se muestran “especiales”, (que consisten en proyectar videos en una pantalla. Es usual que consten de videos musicales de artistas y presentaciones en vivo) y durante el 2014 casi todos éstos se han centrado muchísimo en EXO.

Es común además encontrarse con los *fans* de grupos nuevos e inferir que no tienen mucho conocimiento acerca de cómo la industria del K-pop se ha desenvuelto durante todos estos años. Creen ser parte de una corriente cultural

103 Entrevista a Pablo “Otaku” Andrade. Disponible en el Capítulo 2.

pero siguiendo su forma de ser es fácil percatarse que es imposible pensar en los seguidores del pop coreano en Chile como una tribu urbana, ya que los valores promovidos por los mismos *fans* ni siquiera se condicen con los valores que los mismos *idols* (cantantes de grupos que no sólo tienen conocimientos sobre música sino que también saben acerca de actuación, baile que es parte fundamental de la performance existente en el pop coreano y modelaje) pregonan en sus canciones. Ante esto, se puede hablar de una moda basada en el prototipo de belleza que ellos mismos endiosan y una falta de análisis respecto al contenido del trabajo de las agrupaciones coreanas. Por tanto no es que exista un discurso pregonado desde los *fans* sino que sólo se podría hablar de una tendencia que se ha masificado en Chile, pero nunca de algo sustentado en valores que se puedan seguir y poner en práctica. Se observará la existencia de esta problemática en las siguientes páginas.¹⁰⁴

Junto con esto se une el hecho de que los artistas del pop coreano promueven una imagen perfecta que no sólo se puede visualizar a partir de la apariencia física que venden sino que a través de su comportamiento que debe ser acorde a la ley coreana. En sí, los mismos *idols* son la carne de cañón que utilizan los medios de comunicación coreana para advertir de ciertos problemas sociales y son los mismos coreanos los que utilizan las plataformas sociales para criticar sus actos. En cierta forma, los *idols* se constituyen como modelos a seguir y deben comportarse como tal. Sin embargo, respecto a los escándalos los fanáticos chilenos no suelen juzgar tanto y en cuanto a la apariencia física, no se ve que todos los jóvenes que siguen esta tendencia desean parecerse a los cantantes coreanos. Ahora bien, cuando se trata de grupos de baile el panorama cambia y se observa cómo los bailarines intentan imitar al *idol*. Sin embargo, la influencia del K-pop - cuando están fuera de los lugares en donde se reúne los fanáticos- sólo logra que varíen en la forma de vestir que no es muy lejana a lo vendido por Estados Unidos.

104 Ver el apartado “El Confíesalo: Como una radiografía del K-pop en Chile (Capítulo 4).

En la otra vereda, eso sí, se encuentran los seguidores de la música japonesa quienes suelen – sobre todo los más conservadores- mirar en menos al pop coreano debido a un tema valórico y quizás a la rivalidad entre las dos naciones y a sustentar que el K-pop raya en lo plástico. Sin embargo, algunos de estos optaron por abrirse a los sonidos del pop coreano.

Catalina Parada afirma que la industria coreana deja de recibir muchos talentos por privilegiar el físico por sobre el talento: “Un ejemplo muy claro es Kitayama Hiromitsu: el jamás habría debutado en Corea. Debutó a los 28 años y mide 1.60 mt.”

¿Por qué crees que se da esta situación?

La diferencia principal entre los japoneses y los coreanos, radica en la palabra: Los coreanos son Idols que son personas que tienen que ser como inalcanzables, superiores a la persona normal, a las que sus fans puedan amar y admirar. Los japoneses, en cambio, son "Ai Doru" (un juego de palabras ya que Idol en japonés se pronunciaría Ai doru, que significaría como el que entrega amor o algo así), entonces son personas cuyo trabajo es confortar, animar y dar razones para sonreír a sus fans, además de entregarles amor, por eso la mayoría son escogidos por su carisma, esfuerzo y talento, por eso en las mujeres hay muchas que ni saben cantar, pero con los hombres son más exigentes, a los grupos masculinos les dan más libertades (como poder tener novias y todo eso) entonces a ellos si les exigen más talento. Por eso a la industria japonesa no le importa tanto el físico, porque el idol tiene que ser más querido y cercano.

4.2. *Cómo se distribuyen los fanáticos de la música japonesa y del manga/anime*

La globalización ha logrado que fenómenos que parecían imposibles se hicieran realidad en diferentes latitudes, es el caso de los otaku: “Mientras los orígenes de la cultura otaku se pueden encontrar en las especificidades de las experiencias e imaginaciones sobre la posguerra japonesa, la circulación internacional de estas formas culturales creció desde un *chorrito* hasta un torrente entre la década del 80 hasta el presente. Acelerados por la expansión internacional de la actividad del fan y el surgimiento de formas de comunicaciones en red, los medios de comunicación otaku y sus prácticas se han convertido en un mecanismo de medios de comunicación (Shirky 2006) que son decididamente multiculturales en cuanto contenido fantástico y membresía humana. En otras palabras, mientras la cultura otaku retiene una identidad cultural japonesa, es una notable gran carpa que le da la bienvenida a caballeros como a ninjas e incluye no sólo a los *fans* que se congregan en el Tokyo’s Comic Market sino que también a los que frecuentan la Southern California’s Anime Expo y las innumerables reuniones alrededor del mundo que tienen lugar regularmente.” (Ito, Okabe y Tsuj, 2012, Introducción, Sección 2, Párrafo 1)

Por otra parte, los mismos autores sentencian que “(...) Mientras los Euro-Americanos absorbieron los principios del Budismo Zen, el Bushido, y la globalización de Sony, los japoneses emularon las formas políticas y económicas de los Euro-Americanos, moda, y cultura popular” (Ito, Okabe y Tsuj, 2012, Introducción, Sección 2, Párrafo 3). Quizás la influencia de Estados Unidos llega directamente a Japón, pero pareciera ser que no se puede negar el hecho de que Japón ha aportado al ideario de Occidente.

A diferencia de los seguidores del K-pop los fanáticos de la música japonesa

suelen ser personas más adultas, pues el primer acercamiento con las producciones de Japón ocurrió en la década del 80. Muchos de los actuales aficionados a esta cultura - una vez que se masificó el acceso a internet- comenzaron primeramente a descargar la música de la animación japonesa que veían en televisión. La música -*openings* y *endings* de las series- sirvieron para que la cultura popular japonesa se expandiera principalmente durante la década del noventa y luego pasado el dos mil.

Por lo general los *fans* del *J-rock* rechazan la música coreana por considerarla básica en términos de ritmo y de letras, sin embargo hay mucha gente “que abrazó” de buena forma el pop coreano. Muchos de ellos lo ocultan para no entrar en conflicto con los otros *fans* y están conscientes que los fanclub no son tan organizados como los centrados en K-pop.

Afortunadamente han venido artistas japoneses a Chile, como X Japan, Dir En Grey, Miyavi y Vamps. Este último grupo desató una locura, ya que es un proyecto de uno de los cantantes/ compositores más famosos de Japón (Hyde, vocalista de L'Arc~en~Ciel. Ha hecho tours a nivel mundial presentándose en escenarios famosos como el Madison Square Garden en Nueva York, y en el Arena O2 de Londres).

Cuando se confirmó la venida de VAMPS al país, las entradas se agotaron el mismo día que salieron a la venta. Los fanáticos sentían la curiosidad por saber cómo sonaba Hyde en vivo, y además con la asistencia se hizo latente la necesidad de que L'Arc en Ciel viniera alguna vez a Chile. Si bien asistieron seguidores de la banda, también otros fueron al evento por curiosidad.¹⁰⁵

105 Para mayor profundización se aconseja revisar testimonio de Claudia Muñoz en “Muchos tipos de fanáticos”, sección que se encuentra en las próximas páginas de este mismo capítulo.

Los fanáticos de la música nipona se encuentran mayoritariamente dentro del circuito *under*. Al parecer prefieren mantenerse de esa forma puesto que les agrada que sus gustos se mantengan en un grupo cerrado. Sin embargo, a la vez anhelan la venida de algunas agrupaciones pero no se percatan de que es necesaria una apertura hacia otros públicos para que - por ejemplo los conciertos- sean más frecuentes.

4.3. El panorama actual de la música asiática en Chile: ¿Estamos ante el declive?

En Chile la industria de conciertos hace rato superó a las modas pasajeras porque se reconoce que cada género y cada estilo tiene a sus adeptos que generan un caudal de interés que mantiene al nicho en un estado saludable. Esto no ha pasado realmente dentro de los círculos de seguidores de la música asiática, lo que se une a la gran pared que separa a los fanáticos de lo japonés de los que admiran a los *idols*¹⁰⁶ de Sur Corea: los seguidores del J-pop y del *J-rock* (los antiguos) no han aceptado completamente la moda proveniente desde Corea del Sur. Esto se debe a que es común que vengan a Chile grupos coreanos pero las productoras no han apostado - de la misma forma- por los artistas nipones. Sin embargo, durante el último tiempo las productoras que traen a artistas asiáticos se han enfrentado a una baja respecto a la concurrencia de personas que asisten a sus shows. ¿Qué es lo que realmente está pasando? Ahora bien, se debe tener en claro que la música proveniente de estos países lejanos no suele ser tan popular porque es menos conocida que artistas - por ejemplo- de Estados Unidos. Pero, ¿habría alguna forma de hacer llegar géneros como el K-pop o el J-pop a una cantidad más grande de personas? Pareciera que la respuesta es apostar a una masividad más potente.

106 Ver Glosario

El auge de la música japonesa en Chile ocurrió después del 2000. Sin embargo, pocos de esos fanáticos quedan. Muchos de ellos “se cambiaron” al *K-pop*, por lo que sus fuerzas ya no se destinan a traer bandas como X-JAPAN o a solistas como Miyavi y sí se reúnen para eventos como el Music Bank Chile de noviembre de 2012, concierto que repletó a la Quinta Vergara y que contó con los grupos coreanos Super Junior, las sensuales After School, los *idols* cercanos MBLAQ, el dúo Davichi, la banda popular CNBlue y Rania. Como el evento contó con una parrilla de artistas que satisfacían a variados gustos dentro del mismo estilo, el concierto fue un total éxito y los asistentes estuvieron dispuestos a desembolsar en entradas que costaban entre los 28 y 162 mil pesos¹⁰⁷. Al éxito que una vez tuvo el K-pop se une el hecho de que los japoneses no se encuentran tan interesados en viajar a países como Chile (por ejemplo L'Arc~en~Ciel nunca ha pisado suelo chileno). Sin embargo, cada cierto tiempo uno que otro nipón pisa territorio chileno.

4.4. Conflictos: Diferencia de comportamiento entre los fans de J-music y K-pop

Eva, Daniela y Manuel, son personas que han sido parte de los dos mundos: el *Hallyu* de Corea del Sur y las diferentes expresiones provenientes de Japón.

No es tan extraño encontrar a este tipo de fan que ha pasado por los dos países de diferentes formas. Eva, por ejemplo, ha sido cosplayer y bailarina en un grupo *dance cover* de K-pop. En el caso de Manuel, es el líder del grupo *dance cover* Blue Boys (cover de Super Junior), probablemente uno de los más exitosos dentro del ambiente del K-pop hasta la fecha pero es un fanático, por ejemplo, del grupo femenino japonés Morning Musume.

107 Información consultada el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:
<http://www.puntoticket.com/Evento.aspx?EventoID=NX0001>

Por su parte Daniela, ha sido durante mucho tiempo organizadora de eventos de *J-music*, anime, K-pop y otros. Pero, al parecer su corazón es más cercano a Japón.

Los tres concuerdan en el hecho de que el mundo del K-pop en Chile es bastante más conflictivo que el del *J-music* o del anime. De hecho respecto al conflicto, Manuel señala que “lejos el K-pop, ya que como es una constante lucha por llegar a ser el "tributo conocido o el mejor" es una constante pelea de egos, de mejor producción, mejor coreografía, de personificación, etc. En cambio en el *J-music* se trata de conocer (la música), amarla y disfrutarla. El K-pop muchas veces separa y unea grupos de amigos completos que ven en la competencia un límite a su fraternidad.

Al parecer la única rivalidad que sucede en entre los fanáticos de lo japonés, sucede en el Cosplay. Sin embargo, para Eva no es tan grave el asunto y concuerda en el hecho de que entre los *fans* del K-pop la rivalidad es más fuerte: “En el K-pop se ven más conflictos. Hay mucha competencia por quien hace mejor algo o quién se parece más. En el J-pop, no existe una pelea de egos tan grande porque casi no se dan las competencias de covers. Entre los cosplayers (personas que representan con vestuario, maquillaje y actuación a personajes del manga y de la animación japonesa) existe, pero no hay una competencia directa. Generalmente uno cambia de personaje y el conflicto se acaba. En el K-pop se suele representar a un personaje por un largo periodo de tiempo, por lo tanto la gente se fija más en quién se parece más o quién lo hace mejor”, afirma Eva.

Pareciera ser que dentro de lo ofrecido por lo japonés, hay mayor diversidad. Manuel explica esto diciendo que “en el ambiente japo son tantas las diversidades: hay mangacas, cosplayers, Visual Kei que tienen bandas. Hay juegos de cartas, tributos a grupos *idols* masculinos y femeninos. Todo es tan diferente al ambiente monótono del K-pop (...)”.

Para Daniela, los fanáticos del K-pop son más conflictivos y eso se relaciona con el hecho de que este estilo musical haya llegado a la televisión: “el *K-pop*, siento que se volvió mucho más mediático que el del J-pop. Los que escuchan J-pop suelen ser seguidores más hardcore (muy fanáticos y cuadrados). En cambio el K-pop se volvió masivo. Alcanzó la televisión abierta y eso generó muchísimo más ruido y por lo tanto farándula. Sin embargo, Daniela sí ha observado en el mundo del K-pop no sólo se presentan roces entre los diferentes grupos de dance cover, sino que también los fanclubs “son igualmente problemáticos, pero tienen menos razones para comportarse de esa forma. Los grupos covers dentro del ambiente se vieron enfrentados en competencia desde un minuto muy temprano en el fandom, por ende es entendible que peleen y tengan problemas. Sin embargo los fanclubs - que deberían solo ser organizaciones colaborativas- tienen también el mismo problema y es sólo en base a sus egos (quién tiene más poder)”.

A pesar de los problemas que se desatan en el mundo de *dance cover* de K-pop, a Eva le agrada muchísimo este mundo. Para ella entre los seguidores del pop coreano, “se nota un esfuerzo mucha veces de grupo y compartes más con la gente. Pero es agotador ya que no puedes dejar de ensayar o de estar pendiente de lo que pasa con la música, cambia muy rápido. El cosplay es un poco más de proyecto, empiezas uno lo terminas y listo. Puedes no ser amigo de alguien o no tener feeling y sale igual. Es un poco más cómodo para la gente ocupada”.

4.5: “La farándula del K-pop”: La historia de *Confíésalo K-pop Chile*, ex *Confíésalo GAM/Borja*.

Confíésalo GAM/Borja, ahora *Confíésalo K-pop Chile* (nombre para poder incluir a los seguidores del pop coreano de todo el país), es una página de Facebook que nació gracias a la idea del Pablo Iturra, que hoy tiene 29 años.

Pablo afirma que “era fan de Confesiones UC, que fue la primera página de confesiones. Me gustaba mucho porque contaban historias y eran entretenido leer eso. Especialmente en sus comienzos. Y así empezaron a nacer varias páginas de confesiones. Después de eso creo que la siguió la página de las confesiones del Metro de Santiago. Son las más populares. Luego de eso pensé: Veamos si existe Confesiones GAM/Borja o algo similar. Como no había nada se me ocurrió hacerla, la dejé hecha por un tiempo (un mes) y no implementé nada”.

Pablo cree que “siempre hay mucho cahuín. En el GAM y en el Borja siempre están las parejas nuevas, el que le ponía el gorro con la tipa, lo que pasaba en los carretes, quien estaba borracho en los carretes, el que le vomitaba los zapatos al otro en el carrete...y esas anécdotas se perdían en el tiempo. Entonces faltaba un lugar donde mostrar eso. Lo de las rivalidades de grupos fue naciendo con el tiempo. No fue tanto la intención de la página. La idea era que la gente contara sus historias respecto a cosas que le habían pasado. Esa era la intención primera cuando se creó la página”.

Cuando la página se creó, a principios de 2013, Pablo quería que fuera un rincón positivo para los *fans* del K-pop. Gracias a la cantidad de personas que conocía en ese momento, fue capaz de tener bastante movimiento en la página desde un principio: “En ese tiempo yo tenía alrededor de 2.000 amigos en Facebook, de los cuales 1.000 eran del ambiente K-pop. Creé la página y le envié invitaciones a todos para que siguieran la página (dar *like*). Dejé hecho el formulario de las confesiones, el cual copié descaradamente de Confesiones UC. De hecho todo el sistema de Confesiones UC fue copiado por mí. Cero originalidad en el aspecto técnico”, afirma.

A medida que el tiempo transcurrió empezó a aparecer lo negativo...

“En un comienzo partió bien. Tuvimos varias personas que contaban sus historias. A medida que la página fue avanzando, comenzó a aparecer mucho cahuín negativo. Por ejemplo, Juanito que baila de X *idol* coreano se curó en el carrete pasado y se comió a tres minas y está pololeando”, señala con tono serio.

Pero también “tuvimos problemas cuando llevábamos con la página como cuatro o cinco meses. Tenía cuatro administradores en esa época y estábamos en vacaciones de invierno. La página había nacido en mayo. Alguien envió una confesión con la dirección de Facebook de una persona. Y se publicó. Denunciaron la página después de eso. Y cuando te denuncian la página por publicar un perfil de Facebook, te la cierran automáticamente. Se publicó y no solamente cerraron la página. Facebook cerró mi perfil y el de todos los administradores de la página. Me llegó un e-mail con una notificación que decía que la página se había cerrado por romper los términos de uso de Facebook. Historia corta: tuve que enviar un e-mail a Facebook preguntando qué podía hacer yo para recuperar la página y me dijeron que por favor eliminara la publicación que causó problemas. Luego de eso hablé con los administradores y se empezó a tomar un nivel de seguridad más alto. Antes se publicaban los nombres de las personas, ahora no. Publicamos los nombres de personas con X entre medio. Todos saben a quiénes va eso pero es la forma que usamos para cuidarnos”, cuenta Pablo.

A las denuncias en Facebook se unieron algunos casi problemas judiciales que tuvo que enfrentar junto a otros administradores. Hubo gente que amenazaba con demandar y ante eso Pablo se dedicó a aprender acerca de leyes, actitud que le ayudó a espantar a las personas que amenazaban: “El *pololo* de una

mujer que salió en nuestra página con un cahuín, nos amenazó con demandarnos. Voy a poner la constancia”. Tomé el teléfono y hablé con un asistente judicial. Tengo mi propio asistente judicial de hace mucho años. Le conté lo que sucedía y que en ese caso salía el apodo de la persona. Luego de eso él me dijo que si alguien va a una comisaría y le cuenta algo así a un Carabinero, el Carabinero va pescar la constancia y hará un barco pirata con ella. Ni siquiera la PDI se mete, porque es una página pública, porque es un apodo...creo que estaba el nombre de esa persona, pero creo que no de una forma tan explícita. Luego de eso publiqué un papiro gigante contando *sobre* la situación y al final dije que no se esfuerzen en demandarnos porque los vamos a reventar. Tenemos los recursos, el conocimiento y pucha plata para pagar abogados”.

En el intertanto, hubo un problema con un administrador y un grupo *dance cover* pudo acceder a las confesiones de la página por medio de esa persona. Algunas confesiones eran bastante fuertes y no se debían publicar. El grupo *dance cover* en cuestión leyó las confesiones, no las publicaron, pero se quedaron con la información. Supieron quiénes eran los otros administradores. “Pensamos que podría comenzar una caza de brujas y hasta que le harían bullying a mis otras administradoras. No quería que eso sucediera. A la persona que le vio el celular - sin querer- se le cortó el acceso inmediatamente. Aunque haya sucedido eso, no afectó a la amistad que tenemos”, afirma Pablo.

La tercera etapa de la página fue difícil. “El ambiente se cortaba con tijeras”. “Cumpliendo ya el año, empezó a decaer mucho la gente que había”, afirma Pablo. Mucha gente comenzó a dejar de seguir la página y había menos confesiones. Según Pablo, “todo era sobre la mala onda”. Fue ahí cuando Pablo comenzó con el proyecto de las páginas sociales, que según el creador nacieron

para “tener un polo positivo y protegido donde se publiquen fotos de los mismos eventos de K-pop, pero algo en la buena onda”.

Igualmente, pasaron más momentos difíciles porque un día les hackearon la página. Recibían mensajes en los que les pedían borrar nombres y, ante eso, Pablo accedió. Esas confesiones se borraban. Después de la creación de las páginas sociales, cambio el staff por completo, pero debido al mal trato de algunas personas, decidieron empezar con la política de “nada se borra”. A partir de eso, la cantidad de gente que entraba a la página - debido al morbo- aumentó.

Antes de eso, se habían cortado casi todos los canales de contacto y no había forma de contactar al nuevo equipo de Confiésalo K-pop Chile. “Me decían: oye Pablo publicaron tal cosa y yo les decía que lo sentía pero que ya no tenía nada que ver con la página”, le decía Pablo a la gente y claramente mentía. Mucha piensa que el creador original ya no administra el sitio, aunque hoy por hoy algunos ya se dieron cuenta de la mentira pues lo vieron en distintos eventos haciendo fotos para la sección de eventos sociales.

En el verano pasado ocurrió el hackeo. Se generó un bot que envió basura. El formulario de Google que utilizaban no era muy seguro. Durante todo un fin de semana Pablo buscó la forma de aumentar la seguridad y luego de una semana se comenzó a utilizar Blogger. La seguridad de Blogger era que poseía un anti bot. Era más seguro pero más engorroso y la cantidad de confesiones disminuyó nuevamente.

Desde noviembre del 2014, Pablo tenía en su mente la idea de cambiar el nombre de la página. La idea surgió porque no se estaba incluyendo a todo los seguidores

del K-pop. Además, Pablo cree que la gente ha dejado de ir al Parque San Borja y GAM para compartir sobre el K-pop (ya sea fan clubs o grupos cover). Al parecer, el nombre dejó de representar a todo el público que sigue el pop coreano en Chile.

“Justo en ese momento se levantó una política de cambio de nombre de Facebook. Hace un año atrás -cuando envié la solicitud de cambio de nombre- Facebook no me dejó. Hace poco me permitieron cambiar el nombre a Confíésalo K-pop Chile”, cuenta Pablo. Además, Pablo logró lidiar con el hacker.

Luego del cambio de nombre, el sitio parece haber mejorado. Además nació la idea de las páginas sociales como url aparte (Páginas Sociales Z), debido a que “hoy en día en los eventos está todo mezclado. Por lo tanto, se estaban repitiendo las mismas caras en las fotos. Queríamos expandir todo eso y la única forma era hacer un sitio aparte”, cuenta Pablo. El nombre del nuevo sitio se debe a que ya existían otras páginas sociales, por lo tanto utilizaron la “Z” para no utilizar un número pues ya existían otras páginas sociales que los utilizaban. Además, al utilizar la “Z”, podrían acceder al mundo de los seguidores del anime. (Por Dragon Ball Z)

“Creo que la página de Confíésalo es una radiografía de los seguidores del pop coreano. No sólo una radiografía. De hecho puedo decir que la mayoría de la gente se mete a la página los días lunes. Creo que eso se debe a que llegan del colegio a conectarse o después de los eventos del fin de semana revisan para ver qué pasó. El lunes es el día fuerte. El rango de edad va -en su mayoría- de los 18 a los 24 años. Las mujeres son las que más revisan las confesiones también.

Además, la página de Pablo da cuenta del cambio generacional que se ha vivido en el mundillo del K-pop: “Se notó muchísimo debido al tipo de confesión que se enviaba. El tipo de redacción. Antes todo era más suave y no sólo eso, había más argumentación. Se notaba que era gente que ya tenía un nivel de educación superior. Era gente que llevaba harto tiempo ya bailando, gente que se conocía hace rato. De todas formas creo que eso se ha ido recuperando. Desde los dos últimos eventos se ha enviado mucha crítica constructiva. Se nota cuando alguien tiene más educación y años”.

Pablo cuenta que el público de la página ha ido cambiando. Señala que “creo que ahora el K-pop no sólo se encuentra encapsulado en Santiago, que ha sido el núcleo del K-pop durante harto rato. Desde el 2011 hasta el 2013, Santiago era el núcleo y no había tanto fuera de ahí. Hoy en día me envían confesiones desde Puerto Montt, por ejemplo. Siento que ahora le estamos dando una voz a esas personas y podemos conocerlas. En Osorno hubo un evento y nos llegaron muchas confesiones de allá. También de Rancagua. Supimos que hay un grupo de cinco personas que ahora está a cargo de realizar eventos y se llevan mal con todos y se dice que hacen malos eventos. Por ende, ahora sabemos que no hay buenos eventos en Rancagua y que en estos eventos hay gente vetada porque se lleva mal con estas personas”.

Además, pareciera ser que la gente está buscando leer otro tipo de cosas, así que hoy por hoy hay ciertas guías para publicar confesiones en su página. Pablo ha llegado a la conclusión de que si la gente ve pura basura escrita, se aburren.

4.5.1 “El Confiésalo” como una radiografía del K-pop en Chile.

“Entre los *fans* del K-pop hay hartos niños. Mucha persona joven y mucha persona que vive en los sectores humildes de Santiago. Es gente con no tanta educación pero que tiene acceso a Internet”, cuenta Pablo con mucha seguridad.

Se cree que no es fácil llevar el K-pop a las personas de buena situación económica. Ante esto Pablo afirma que “hay bastante ABC1 dentro. Se nota cuando lo son. Cuando hay un grupo de diez personas siempre resaltan. De partida tienen el traje perfecto, el maquillaje perfecto. Se nota que pagan un extra o alguien los ayuda. Y en las confesiones se nota, porque ellos no hablan del cahuín barato. Es algo positivo porque se crea un grupo más heterogéneo. Y creo que a la gente no le importa tanto la presencia de ellos. Pero no duran tanto dentro del ambiente. No se quedan pegados”.

Finalmente, para el creador de la página su sitio sí es positivo, “es como la comunidad. Genera comunidad. La hemos hecho crecer, de hecho tenemos una página de Facebook para encontrar integrantes de dance cover. “Busco Grupo/Integrantes Gam/Borja”, según Pablo, nació como necesidad porque se enviaban confesiones relacionadas con encontrar integrantes. Finalmente, también crearon “Mercado Compra-Venta Gam/Borja”, otro espacio comunitario.

4.5.2 Muchos tipos de fanáticos.

Dentro de la música japonesa y del K-pop existen variantes. Si bien algunos optan por inclinarse hacia sólo un país, muchas veces sucede que algunos deciden mezclar las dos corrientes.

También algunos optan por mezclar el gusto musical de los dos países pero, a la vez, con otras prácticas como el Cosplay, que se liga a los fanáticos del manga y anime.

Claudia Muñoz es Química Farmacéutica de la Universidad de Chile. Es un alumna que ha destacada a través de los años porque a sus 27 años está terminando un doctorado en la misma casa de estudios y es profesora en otra Universidad. En definitiva, es una persona muy inteligente pero no todos saben que es fanática acérrima de la banda japonesa L'Arc~en~Ciel, grupo que hasta el día de hoy muchos esperan ver en Chile. Sin embargo, a la vez es seguidora de MBLAQ y BIGBANG, grupos de pop coreano.

-Bueno, tú eres fan de L'Arc~en~Ciel...

-Y de Hyde (se pronuncia "jaido" o "jaid").

-Sobre todo de Hyde.

-Sí. De hace cuántos años atrás. Del... ¿98 puede ser?

-¿Y cómo comenzó todo eso?

-Lo que pasa es que antes daban un programa, el Bacania, en el Chilevisión. Y daban *Samurai X*. ¿*Cachaí*? Siempre cortaban las canciones de inicio y final de los anime. Pero un día dieron un ending (canción de cierre de serie de anime) completo y me gustó mucho.

Yo no sabía de quién era. Me demoré varios años en descubrir de dónde venía. Yo no tuve computador hasta que salí de cuarto. El tema es que tenía una compañera en el colegio y era china. Ella un día llevó unas revistas y unos cassettes con música grabada. Yo dije ¡*hueón*, esa es la canción! Y me dijo “¡ah sí! es de un grupo japonés que se llama L'Arc~en~Ciel”. Le dije “¿En serio?” y me dijo “¡Sí!, cantan la canción de este anime.

-¿Y hasta el día de hoy ella sigue siendo tu amiga?

-Sí, hasta el día de hoy. Y ahí descubrí a L'Arc. (Los seguidores tienden a usar solamente la primera parte del nombre de la banda. Y en general, los *fans* del *J-music* chilenos). Fue como “amor a primera oída”, porque mientras más canciones escuchaba más me gustaban. Pero igual me demoré *caleta* en tener cosas originales de ellos. Porque no tenía computador, no tenía tarjetas y tampoco dinero. Era como “pobreza en el *kokoro* (corazón en japonés)”.

-O sea no podías pedir cosas por Internet...

¡No! No había cómo. Era imposible que mi papá me comprara cosas de “chinos”. De hecho él decía “no entiendo cómo te gustan los “chinos”. Y yo le decía, “bueno, me gustan nomás”. (Risas). Entonces cuando entré al doctorado y me gané la Beca Conicyt y pensé “¡oh, tengo plata para mí, tengo cuenta corriente y tarjeta de crédito! ¡E-Bay ven a mí! (risas)

-O sea que a tu papá nunca le ha gustado esto...

-No, pero si voy a las cosas de “chinos” no me dice nada. Pero igual para él es un tema porque “no es como lo normal”. Lo típico es ser rockero, o que te guste el pop gringo. Pero la verdad es que a mí siempre me ha llamado la atención la cultura asiática. Lo oriental en general porque por ejemplo a mí me gusta la música árabe, la música india... las cosas turcas.

-Y él encuentra extraño también eso...

-Sí, porque dice "ay, por qué cantas eso si no entiendes lo que dice". Y yo le digo "bueno, tú cantas en inglés y tampoco entiendes lo que dice. Es lo mismo. *Touché*". (Risas) Pero si ese argumento es hueón, si la música te llega más allá de si entiendes o no lo que dicen. La melodía es algo y cómo cantan también te transmite cosas. Para mí, L'Arc ha estado conmigo toda mi vida. Toda mi pubertad la viví con ellos. Entonces para mí son muy importantes. Por eso el día que los vea en vivo me voy a morir de felicidad. Va a ser casi como un infarto.

-¿Cómo definirías el estilo de L'arc?

-Han pasado por muchos sonidos.

-¿En los primeros discos?

-Eran súper indie, de garage. Pero sin soltar un poco el estilo visual antiguo.

-¿Y para ti qué es lo que hace que sea visual antiguo?

-La estética que tenían. Las letras bien lloronas. El sonido. En esa época Hyde era muy asexuado, parecía mina. Todos usaban el pelo largo. De hecho siempre que he leído de ellos, hablan de que su influencia son bandas gringas como The Cure y Motley Crue. Igual encuentro que esas dos bandas no tienen mucho en común en términos de sonido pero bueno, habrá que creer cuando ellos dicen que esa es su influencia. Y bueno, Sakura se metió en un problema con drogas (en 1997 el baterista fue arrestado por posesión de drogas. El grupo entró en recesión y tiempo después Sakura decide dejar la banda) después de que sacaron el tercer disco y tuvo que hacerse a un lado porque estaba manchando la imagen de ellos.

Después de eso Hyde cayó en depresión y para sacarlo de eso... bueno, siempre se especuló que Hyde era demasiado cercano a Sakura - muy influenciado por él- y que estaba como “enamorado”, entonces cuando se fue se lo llevaron a Inglaterra mientras buscaban a otro batero. Encontraron a Yukihiro que era como un “suplente temporal” pero al final fue un para siempre. Igual se agradece porque el tipo - más allá de ser baterista- arregla muy bien las canciones.

-¿O sea que tu encuentras que ha sido un aporte?

-Sí y sacaron el cuarto disco “HEART”, que es hermoso, hermoso, hermoso. Es muy bonito, me gusta mucho.

-¿Por qué?

-Porque tiene canciones que aunque yo no entienda la letra me llegan al alma. A lo más profundo de la fibra.

(Revisamos en Internet y se encontramos algunos fanfiction¹⁰⁸ amorosos sobre Hyde y Sakura)

-¡Oh! ¡Hay fanfictions de Hyde y Sakura!

-Sí. Hay miles de fanfictions. Pero a mí nunca me ha llamado la atención leer esas historias inventadas por las *fans* y tampoco me bajan esos sentimientos de posesividad. Eso de “¡Hyde es mío, no lo mires. ¡Zorra!”. O sea, Hyde es de su esposa. Si está casado que sea feliz.

-¿Está casado?

108 Ver Glosario

-Sí, con una modelo que conoció en la tele gracias a Tetsu. Fue muy chistoso. No sé, se supone que se divorciaron pero Hyde ha sido bien reservado con su vida privada. No es que no le guste que indaguen en su vida... tiene un hijo con ella que creo que nació en el 2005.

-¿Pero están separados?

-No que yo sepa. El tema es que a las *fans* les gusta inventar cosas como para decir que Hyde está solo. Si el *mino* está solo, si no está solo, si le gusta el otro equipo es cosa de él. Bacán. A mi me gusta él como artista. Si lo encuentro mino o no es otro cuento...

-¿Lo encuentras mino?

-(Sonríe con picardía) Sí... (Risas), de todas maneras sí.

¿Aunque mida como 1.50?

-1.58 supuestamente, pero yo creo que mide menos. (Risas). Y bueno, cuando vino a Chile yo iba como "me voy a encontrar con un cybord, un robot. Como una proyección, un holograma como de Hatsune Miku (*idola* virtual de Japón. Es parte de la serie Vocaloid). Hasta que lo tuve al frente, lo toqué y fue como...

-¿Lo tocaste?

-Sí, me torcí un pie.

- ¿Viste cuando olió el sostén rojo que le lanzaron en el concierto?.

-Hyde se *cagó* de la risa. Y yo pensé “oh, *la media perso*”. Yo no le tiraría un sostén a nadie. Se lo puso en la cabeza y lo olió. No si en ese sentido Hyde es *bacán*. Como que no se complica. Igual cuando yo lo toqué salté como enferma mental y él me quedó mirando con una cara de “qué *mierda* está pasando aquí”.

-¿Te tocó?

-Lo que pasó es que empezó a caminar por el Caupolicán y se fue hacia el lado izquierdo y todo el mundo estaba pegado al centro, entonces yo dije “*conchetumadre*” y metí el pie entre medio de la reja, me estiré y salté con todo mi power y como que le toqué las piernas. Y él estaba como mirando para al lado y en una me mira con una cara de terror.

-¡Niñita!

-El pánico máximo. Debe haber pensado, “esta huevona me va a botar y me voy a sacar la chucha”. Pero no, afortunadamente eso no ocurrió.

-No lo ibas a botar tampoco...

-No. O sea me mato si le hago daño a Hyde (risas). No, qué vergüenza me daría. Y me habrían matado todos a combos en el hocico ahí mismo. De hecho Hyde en el concierto tiró unas cosas con luces que se prendían- bueno, todos tiraron cosas- y yo justo salté y agarré lo que él tiró en el aire y un tipo me pegó y me lo quitó. Me dobló las uñas para atrás. Y la cosa es que estaba un tipo brasileño y él dijo “oye, eso es de ella. Suéltalo, suéltalo. Bueno, en portugués todo. Y el tipo se hizo el gil. “Y yo dije... (Garabatos). No te vine a ver a ti. Chao”. Y seguí viendo el concierto. Lo mejor de todo es que aparezco en el DVD de Chile un millón de veces.

-¿Y para ti VAMPS (proyecto musical de Hyde) qué significa?.

-VAMPS es como un experimento de Hyde. Es su onda. Me gusta. Pero siento que no es él mismo. Mira, de Hyde solista, su primer disco es máximo. Es jazz, con un toque de blues. Es otro tipo de música. Es hermoso. Además tenía mucho más concepto en cuanto a las canciones y el disco en sí.

(Entremedio observa fotos de Hyde)

Oh, *wachito* (risas). Quién diría que tiene 46. Aunque yo creo que a Miyavi (rockero japonés) le han hecho mejor los años.

-Sí, le han hecho bien.

-Es muy rico. Y nada. Empecé a juntar sus discos. Los escuché todos. El primer disco "Roentgen"... tiene versión japonesa y en inglés. Las dos son igual de buenas. El disco "666", me gustó pero hay canciones y canciones. Y "Faith" se va como en una onda religiosa. Pero es *bacán*.

-¿Pero por qué algo religioso?

-Porque en la caratula sale con una corona de espinas, como si fuera Jesús. Hay una canción del disco que se llama "*Jesuschrist*". Otra se llama "Dolly", en alusión a la oveja Dolly. Y hay una que se titula "*Mission*", que es como la misión que él tiene. En ese sentido es bien coherente. Y eso ya fue en el tercer disco solista. Luego de eso nació VAMPS. Cuando se quedó con K.A.Z (miembro de VAMPS, guitarrista), como su músico de soporte en "Faith"... (Piensa) de hecho sacó un photobook y todo (risas) que se llama "*The Last Dinner*". Lo tengo. Es bien bonito. Después de eso Hyde empezó a salir a Estados Unidos solo. Empezó a profundizar más y se metió en la onda de VAMPS que es mucho más rockera.

Grita más. En cambio su carrera de solista es mucho más “su voz”. Su voz real, no tan forzada y ni tanto grito.

-Pero quizás le gusta eso...

-Sí, yo lo valoro. Por eso cuando vinieron -no era L'arc- pero era VAMPS, era Hyde. Era mi sueño los últimos (piensa)... fue el 2010. Del '98 al 2010. Igual son hartos años.

-¿Quedaste en primera fila?

-No, no pude. Estaba lleno de gente. Más encima eran todos más altos que yo. No podía mirar nada así que me fui a parar al escaloncito del Caupolicán y desde ahí vi todo. Más encima el camarógrafo japonés pasaba por delante de mí y por eso me grabó tantas veces. Por un lado me hizo un bien. Y nada, no tenía plata. Estaba en quinto año de la universidad. Tenía prueba me acuerdo. El día que compré la entrada. Nunca voy a olvidar ese día.

Lo más chistoso es que la venta de entradas salió el 6 de mayo del 2010 y yo ese día tenía prueba solemne de *Dopping* y Drogas de Abuso.

-Cuéntame la historia de lo que pasó ese día.

-La venta de entradas partía a las 10 de la mañana en FeriaMix -*cacha lo viejo*- y en el Eurocentro. La entrada costaba veinte mil pesos y yo estaba “papi, papi”. Lo hinché, lo hinché. Mi papá me decía “no te voy a regalar nada que tenga que ver con tus chinos”. Y yo decía, “pero papá por favor regálamela” y él me decía “no, no, no”.

-¿Y qué hiciste?

-Un día estaba en la playa. Era semana santa. Ya se había confirmado todo. Iba caminando con mi primo y le conté que venía Hyde y que mi papá no me quería regalar la entrada.

-¿Es porque son chinos?

-Sí. Y la verdad es que mi papá nunca me ha regalado entrada para un concierto. Excepto la de Soda Stereo el 2007 porque era barata. Costaba quince *lucas*. La cosa es que yo estaba sufriendo. Di tanto jugo y pelé tanto el cable que uno de mis primos - con el cual estoy en deuda- me dijo “Clodo (su sobrenombre), tranquila. Yo te doy la plata para que vayas a ver a tu chino gay”. (Risas)

-¿Dijo eso literalmente?

-Sí, “a tu chino gay”. Y yo le dije “¡huevón!”. Me puse a llorar. Le di las gracias y fue todo felicidad. Entonces yo el 6 de mayo partí a hacer la fila. Fue el mismo día que salieron a la venta las entradas. Pero la fila que había en el Euro era gigante. Así que fui a Feriamix y la fila era mucho más chica. Lo más chistoso es que había gente que iba a comprar entradas para el estadio para ir a ver al Colo-Colo creo. La verdad es que los que querían ir al concierto, iban por Hyde. Cuando me tocó comprarla me dijeron “son 2000 pesos de recargo” y yo tenía 20 mil.

-¿Y qué hiciste?

-Quería tirarme al suelo. Yo pensaba “*conchetumadre*, voy a tener que machetear”. Y de repente me acordé que FERIAmix quedaba en Ahumada y mi papá trabajaba en Bandera. En la otra cuadra. Y fui corriendo y le dije “papá, préstame dos *lucas*”. Y mi papá me dio la plata para que dejara de *huevoear*. Y ya,

me devolví a la fila y tuve que hacer lo mismo todo de nuevo. Hacer toda la fila otra vez. Pero, ¡sorpresa!, había una fila mucho más larga. (Risas)

A todo esto mi prueba de ese día era a las 5 de la tarde.

-¿Y en ese momento qué hora era?

-Como la una. Y yo todavía estaba ahí.

-¿Y habías estudiado bien?

-No. No había estudiado nada O sea, había estudiado pero no a profundidad y a conciencia. Aparte que nada me importaba. Yo sólo quería la entrada y una vez que la tuve, nada me importó. Excepto morirme. No había espacio para morir.

En esa fila conocí a un amigo. Somos bien amigos ahora aunque entre medio tuvimos nuestro romancillo.

-¿Eso puede salir en la entrevista?

-Sí (sonriendo). Es que se puso tonto y yo me enojé. Se creía un poco Hyde. Hasta el día de hoy seguimos siendo amigos. Seguimos en contacto. Y nada, compré la entrada y eran las dos y cuarto. Me despedí de mi amigo y me fui a la facultad. De repente iba entrando a la universidad y escucho un bocinazo. Eran mis tías. Me dijeron "súbete al auto". Eran las hermanas de mi papá. Y me subí. Y fuimos a comer comida china. Y yo decía "oigan pero igual tengo que ir a dar una prueba a las cinco" y me decían "pero si alcanzas" y les dije "ya bueno". Fuimos a almorzar a los chinos y de repente veo la hora y eran las cuatro y media. Y me fui volando a la universidad. Di la prueba y mi amiga seca me decía "¿estudiaste?" y yo le dije "¿sí?". Y la prueba estuvo súper difícil. A todo el curso le fue mal. Hubo cinco azules. Pero yo obviamente me saqué un rojo pero no me fue tan mal. Me

saqué un 3.6. No era tan indigno. Pero no me importó, tenía la entrada e iba a ver a Hyde en seis meses.

Contaba los días con unas ansias terribles y cuando ya quedaban dos semanas no pude dormir más de pura ansiedad. Cerraba los ojos y los abría. Pensaba “viene Hyde”. Llegó el día y yo lo único que quería era acampar como dos meses antes en el Caupolicán para ser la primera en la fila y nunca ocurrió porque mi papá no me iba a dejar pernoctar en la calle y menos por un “chino *maraco*”. O sea, no había cabida para eso. Pero como no me dejó hacer eso, el día anterior al concierto fui a ver a Hyde al Sheraton. Se estaba quedando ahí. Partí y tuve suerte. Me sentía rara porque eran puras niñas de colegio. Hacía un calor horrible. Yo andaba vestida con hawaianas y un vestidito. No fui sola, arrastré a mi mejor amigo de la universidad. Le pedí que me acompañara y dijo “ya, yo te acompaño”. Al final me terminé tirando al parabrisas de la van donde venía Hyde. Me vio y me saludó. (Risas)

Al otro día tenía una reunión en la universidad y llegué al Caupolicán como a las tres. El concierto empezaba a las ocho a las nueve. Llegué y había una fila del terror. El día anterior me hice amiga de unas niñas que llegaron muy temprano, así que me guardaron el puesto en la fila.

Al final abrieron las puertas y había una fila de gente con pulseras - que había que ir a buscar a no sé dónde- y yo me puse a alegar. Llamé a un encargado de la productora y le dije “qué onda, pagamos todos la misma plata. ¿Por qué están dejando entrar antes a los que tienen pulsera?”. El tema es que la gente que tenía la pulsera, entraba antes que el resto. Más gente empezó a alegar conmigo y al final entré al lugar.

-¿Y quedaste en buen lugar?

-Sí, quedé como a tres personas de la valla de contención y justo frente al micrófono. El tema está en que el lugar empezó a llenarse y aparecieron hombres. Los tipos apretaban porque querían desmayar a las mujeres que estaban más cerca del escenario que ellos.

-¿Y lo lograron?

-Sí, se desmayaron muchas niñas. Además hacía mucho calor. Mi pantalón me quedaba un poco grande y se me empezó a bajar. ¡Un tipo me bajó los pantalones! Al final me salí de ahí y me subí al escaloncito que hay en el Caupolicán. Me *piqué* mucho. Me instalé en el escalón y me encontré con un amigo que también sigue siendo cercano hasta el día de hoy. De hecho, él viajó a Japón por una pasantía de su doctorado. Él me trajo unos discos de allá que me iba a vender pero el final me los regaló. Me regaló tres discos y ahí empecé a juntar. Y cuando salí de cuarto medio mi mamá regaló un disco de Hyde solista. Me lo regaló por haber tenido buen promedio. De hecho después me compré la versión japonesa de ese disco pero no podría deshacerme del que me regaló mi mamá porque tiene valor sentimental.

Y bueno de repente se empieza a llenar el Caupolicán, se apagan las luces, y sale “el enano”. Era idéntico a las imágenes que había visto en Google y a todos los archivos que tenía en Fotolog. Yo pensaba “es ínfimo pero es perfecto”.

-¿Por qué era perfecto?

-Como todos los chinos. Como que son de porcelana. No tiene arrugas, no tienen poros, piel lisa. Yo no sé cómo se afeitan para quedar con esa “piel de mina”.

Cuando partió el concierto, fue con canciones viejas de la carrera solista de Hyde y nadie las conocía. Yo saltaba, cantaba y gritaba como loca.

-¿Te miraban?

-Sí, porque me las sabía. De hecho en el DVD se nota y por eso el camarógrafo me grababa a cada rato. Salí en éxtasis del lugar. Afuera había un japonés del staff y le dije que Hyde tenía que venir con LArc. Le hice prometer que le diría eso a Hyde. Le dije “tienes que decirle a Hyde cuando esté sobrio”.

-¿Hyde es bueno para tomar?

-Sí, igual le gusta carretear. Pero está bien.

Después de eso comencé a incrementar mi cantidad de *merchandising*. Tengo desde VHS, discos, singles, mini disc de 8 centímetros y también el último que sacaron (LARC). Pero me falta un single que vale como 600 *lucas*.

-¿Y por qué es tan caro?

Porque es edición limitada. Es del tiempo de cuando LArc estaba recién saliendo. Tengo todo de VAMPS y algo de los otros integrantes. Tengo uno de Tetsu pero...

-No te gusta mucho.

-No. Los prefiero como LArc. Si igual Hyde como VAMPS no me gusta tanto como Hyde Solo o Hyde en LArc.

-¿Los que tienen que ver con Hyde son más fáciles de conseguir?

-Sí. El disco de Tetsu lo tengo porque compré en exceso y la vendedora me lo envió de regalo.

-¿Cómo partió todo?

-Siempre me gustó el anime. Por ejemplo veía El Galáctico, El Festival de Los Robots, Candy, Heidi, Dragon Ball, Sailor Moon, Caballeros del Zodiaco, etc. Vi todo lo que dieron en la televisión y más cuando tenía tv cable.

-¿Cómo ves ahora el panorama?

-La mayoría somos más viejos. De música principalmente es así en lo que respecta a Japón. Igual quedan *otakus* pero la ola *otaku* ya está cayendo debido al impacto de Internet donde ya no es necesario hacer proyecciones en lugares para mostrar series.

-¿No es necesario mostrar tanto el estilo tampoco?

-No, para nada. Yo me acuerdo que cuando estaba en la media, la moda de los *otaku* era andar llenos de chapas, de negro, con la cara blanca.

-¿Nunca anduviste así?

-Nunca. De hecho tengo pocas chapas.

-¿Tenías amigos así?

-Amigas, sí. De hecho una de mis amigas pololeaba con un visual y usaba sotana. Usaba un gorro con orejas de gato. Después le dio por vestirse como maid. Y todo era porque al pololo le gustaba eso. Le gustaba Dir En Grey y Malice Mizer.

-¿Y qué piensas de esos grupos?

-La verdad es que no me gustan los grupos tan gritones, pero la estética igual es *bacán*. Mana (solista japonés) también es genial. Esa estética antigua donde usaban ropa victoriana. Es todo un concepto visual. O sea, ellos venden una imagen y es *bacán* y se valora porque no estamos acostumbrados a ver eso acá en occidente.

-¿Y cómo ves eso ahora?

-Ahora están jugando más con la imagen. Por ejemplo la Katy Perry y Lady Gaga que son muy excéntricas. Pero recién ahora.

-Eso ya existía.

-Sí, Madonna era la pionera con Michael Jackson fueron los pioneros en eso. Igual, lo bueno y lo malo de lo japonés es que ellos no están ni ahí con que su música salga al exterior. Con la popularidad que ya tienen...

-¿Crees que se nota mucho?

-Sí. Se nota en que los discos son mucho más caros. Ahora no son tan difíciles de conseguir pero igual siguen siendo caros. Lo bueno es que igual existe la venta de discos usados.

-¿Se da mucho?

-Sí.

-¿En Chile?

-En Chile no se usa mucho. He visto que venden vinilos usados. No sé, por ejemplo todos los discos que tengo están guardados y no los podría vender porque tienen valor sentimental. Soy muy apegada a las cosas que son mías.

-A las historias...

-Sí, la historia que tienen detrás.

-¿O sea que lo peor que te pudiera pasar es que te robaran todo?

-Yo creo que se llevarían una parte de mí. Sería el peor daño.

-¿Los discos de LArc?

-Me muero. Ni pensarlo. Una vez pensé “si me los robaran, quién querría comprar esos discos. ¿Dónde los voy a recuperar?” He gastado tanta plata y cada disco tiene su historia. Si me robaran el que me regaló mi mamá, me daría demasiada pena. De hecho una vez mi mamá me regaló un portaminas cuando entré al Carmela Carvajal y me dijo: “este lápiz va a ser testigo de todos tus triunfos. Un compañero de la universidad me lo perdió y lo quería matar. Nunca encontré ese lápiz.

-¿Y nunca más hablaste con tu compañero?

-Nunca más. Lo mandé a la...

Y nada. Aún sigo viendo anime. Colecciono mangas y figuritas de ciertos *monitos*. De hecho tengo dos de Sailor Urano (personaje de Sailor Moon). Me encanta. Pero en su momento era super otaku pero era la inmadurez del momento.

-¿Encuentras inmaduro que a alguien le guste el anime y cosas relacionadas?

-No es que el gusto sea inmaduro, sino que mi comportamiento relacionado con eso era muy inmaduro.

-¿Por ejemplo?

-Corría como dibujo Arale (manga/anime). Con los brazos extendidos. (Risas)

Pero bueno, tenía como 14 años cuando hacía eso. Me enojaba cuando confundían a los chinos con los japoneses; o los coreanos con los japoneses. Pensaba que Japón era lo mejor.

-Igual terminaste escuchando pop coreano...

-Es que la historia de cómo llegué al K-pop fue muy tonta: mi mejor amiga del colegio jugaba Dance Dance Revolution y yo quería jugar eso pero no me gustaba mucho la música. Ella iba a Estación Central a un lugar que era como la versión pirata de los Juegos Diana. Se podía entrar con uniforme. Ya no existen. Iba allá y había una máquina de DR y yo busqué máquinas como esas cerca de mi casa y nunca lo logré porque los juegos que frecuentaba mi amiga quedaban en Estación Central. Un día estaba veraneando donde mi abuela en el Tabo y vi que donde estaban los videojuegos había una máquina de baile y decidí ir a jugar. Pero no era una máquina de DR, era una versión coreana de esas máquinas. Entonces

gracias a eso empecé a escuchar música coreana pero yo no sabía que era de ese país al principio. Yo pensaba que la música era china. Igual había varias canciones que me gustaban. Cuando el Internet se masificó, una compañera me regaló un CD con mp3 de esas máquinas. Viendo un dorama (Answer Me 1997), me di cuenta que la música que aparecía en la teleserie era de la banda que rivalizaba con H.O.T. (grupo antiguo de K-pop), se llamaban Sechs Kies. Los busqué y me di cuenta de que me gustaba el K-pop desde antes de lo que pensaba. Bueno, mi primer acercamiento con el K-pop fue gracias a una chica que le gustaba, le gusta, Super Junior. Su ringtone era “Bonamana” (canción de Super Junior). Pensaba que de verdad era una canción muy mala.

-¿Pero ahora no lo ves así?

-¡No! De hecho el primer video de pop coreano que vi fue “ACHA” de Super Junior en ETC TV. Estaba viendo Sailor Moon. Terminó y dieron ese video y lo encontré demasiado ridículo. Lo vi entero y pensé que era muy flaute. Eran como “los Backstreet Boys coreanos”. Llegué al laboratorio y dije “cachen *cabros*” y le mostré el video a mis compañeros de tesis. Estaban muertos de la risa y por dentro yo pensaba: “Creo que igual me gustan un *poquito*”. Entonces, mientras ellos trabajaban me puse en mi lugar, di vuelta el computador, me puse los audífonos y reproduje el video como enferma. Luego de eso empecé a buscar más grupos. Veía en la barra de Youtube lo que aparecía e iba haciendo *click random*. Y ahí escuché una infinidad de cosas. Casi todas eran de Super Junior. Y se cruzó en mi camino “Oh Yeah” de MBLAQ. Y yo pensé: “¡Oh! qué pobre”. Porque la ropa estaba como rota. (Risas).

Más encima la calidad del video igual era más baja pero después me di cuenta de que el video era más antiguo que los otros de Super Junior. Pensaba: “tantos chinos. Estas bandas son tan grandes en cantidad”. Por ejemplo en Super Junior son varios, pero luego vi a MBLAQ y me di cuenta que eran cinco. Luego vi a

TVXQ. De hecho yo pensaba que TVXQ y DBSK eran dos grupos distintos pero después me di cuenta de que no era así y que eran lo mismo. Y nada, luego salté a “Haru Haru” de BIGBANG y después de eso me gustó MBLAQ y BIGBANG. Al final el gusto por Super Junior y la música de SM Entertainment fue desapareciendo cuando empecé a ahondar más. De hecho MBLAQ y BIGBANG son los grupos que más me gustan. Tengo más discos también de ellos (de MBLAQ) y ahora estoy tratando de juntar los de BIGBANG. Igual tengo algunos de ellos. Debo tener como cinco o seis.

-Pero de todas formas ¿qué es lo más legendario para ti?

-LArc. Nunca he dejado de escucharlos. Puede que ahora escuche *K-pop*, pero en mi pendrive que está conectado a mi tele, tengo 30G de K-pop y 30G de LArc, o de Hyde o de VAMPS. Y conviven en el mismo dispositivo de almacenamiento. Los escucho de forma aleatoria para recordar que también me gustó LArc.

-¿Todavía te gustan musicalmente? ¿Te gusta la música actual de LArc?

-Sí, todo. De hecho la última canción que sacaron me gustó mucho porque Hyde recuperó la voz que tenía al principio de la historia de la banda. Hubo un momento en el que fumó y salió a *carretear* mucho. Su voz estaba más ronca. Y ahora no. Volvió a su estilo antiguo.

-¿Qué piensas de otros grupos?

-Por ejemplo Miyavi es bacán. De hecho es connotado.

-¿Y por qué cuando estuvo en Maquinaria no había tanta gente?

-Yo creo que eso pasó porque es un público distinto. El problema es que el público chileno -que no conoce de música oriental- discrimina ese sonido. Y eso pasa sólo por el hecho de que no cantan en inglés. Yo creo que también la gente que lo siguió no fue porque siempre alegan que los conciertos son muy caros. Pero no sé, los conceptos de K-pop son mucho más caros. O sea, no puedes comparar un VIP que costó \$120.000 para ver a SHINee contra \$20.000 de VAMPS. Eso es un abismo. O sea que con el dinero para SHINee me podría haber comprado cinco entradas para VAMPS y haber ocupado cinco espacios en ese concierto con una entrada para SHINee. Creo que la mentalidad de los *fans* de la música japonesa se ha ido perdiendo. Se ha perdido la constancia. Han venido varios grupos pero no se llenan los recintos. O no va mucha gente.

-¿Por qué crees que eso ocurre?

-Porque la gente madura y cambia. Sus prioridades cambian. Piensa: “ya tengo familia. Tal vez no puedo perder esta plata. Tengo un hijo, etc.”. Igual eso está bien, es válido, pero no hay razón para dejar los gustos de lado. Yo no dejo nunca mis gustos de lado y creo que nunca lo haré. O sea si tengo cincuenta años, y me sigue gustando L'Arc y siguen estando vivos y vienen, igual los voy a ir a ver.

-Ahora viene VAMPS. Supe que no vas en Chile para esa fecha...

-No. Me quiero morir. Cuando supe me quería matar. O sea se cumplió mi temor más grande. Antes pensé: “con la mala suerte que tengo, va a venir VAMPS y yo no voy a estar”. Dicho y hecho. Vienen.

-El concierto de VAMPS es el 29 de septiembre. ¿No alcanzas a estar?

-No, porque me voy a Inglaterra el 31 de agosto. Cuando estuve en Inglaterra hace un tiempo, VAMPS estuvo allá en Londres. Pero eso fue justo después de

que yo me fui de ese país. Igual LArc hizo una gira por el hemisferio norte. Estuvieron en Londres. El tema es que para el público no oriental los setlist se basan en las canciones más nuevas. El tema es que a mí me gustan más las canciones antiguas. Entonces, cuando hicieron el DVD del concierto del 20 aniversario, mi día favorito es la parte del día 1. Son puras canciones de la primera era del grupo. Creo que es como del año 93 al 99. Entre esos años se concentra la mayor cantidad de canciones que me gustan. Y cada vez que veo ese concierto lloro porque me gusta mucho.

-Cambiando de tema. ¿Cuál crees que ha sido el error de los fanáticos de la música asiática?

-Yo creo que el error va más allá del tema de ir o no a los conciertos. El error es el hecho de guardar para sí mismos sus gustos. No es ridículo. Todos tenemos gustos diferentes. No creo que los reggaetoneros piensen que son ridículos porque les gusta esa música o la bachata. No les importa. Ellos la pasan bien. Yo nunca me he sentido avergonzada de ser fan de K-pop o de LArc. Siempre cuando me preguntan “oye a ti qué música te gusta”, yo les contesto “a ver, en general me gusta toda la música pero mis grupos favoritos son estos...”. Primero digo que mi grupo favorito japonés es LArc. Y me contestan “ah, te gustan las *hueás chinas*”. Y yo les digo que no son chinas, son japonesas. Bueno, para la gente toda persona de ojos rasgados es china. Y bueno, anda a decirle eso a un chino. Es como si nos dijeran que somos peruanos. Cuando a mi amiga china le preguntaban si era de Japón o de Corea del Sur se enojaba mucho. Decía: “¡Soy china! ¡De China!”. Y bueno, creo que el error de los fanáticos es dejarse estar, alegar por los precios... en vez de valorar el esfuerzo que hacen las productoras por traer a los *hueones*. Si igual, imagínate los japoneses. A ellos realmente no les interesa salir de su isla. El hecho de que logren traerlos y tener una fecha es un gran avance. En ese sentido igual envidio un poco a los *fans* del K-pop porque los coreanos van a todos lados a sol y sombra. Eso sí, no comparto la postura de las personas que acompañan a sus hijas a acampar fuera de los lugares donde se

hacen conciertos, para que sus niñas queden en primera fila. Eso no me parece correcto. Yo no creo que es criterioso dejar que una niña de 10 años pase la noche así. En el frío, afuera del Movistar Arena para que quede en primera fila...para que luego llegue una tipa mayor, la aplaste, se desmaye y luego se pierda todo el concierto. Eso pasa mucho. También hay gente que golpea, que se cola en las filas. Pero bueno, son gajes del oficio. Hay que acostumbrarse.

-¿Qué opinas de la gente que fue muy fan de lo japonés y que se cambió al K-pop? Hay gente a la que le molesta esa situación.

-Sí. Yo encuentro bastante tonto eso de enojarse. Los gustos son gustos. Uno no tiene derecho a meterse ni criticar lo coreano o lo japonés. Hay gente que dice que el pop coreano es música basura. Que es de plástico. Mi ex pololo decía eso. Hasta decía que todos eran afeminados en el K-pop. A él le encantaban los Beatles. Un día le dije: “si comparas el K-pop con The Beatles, The Beatles eran exactamente lo mismo. Porque eran un grupo de gusto de mujer. A ellos los perseguían mujeres que gritaban todo el día. Entonces, no vengas a decirme que ellos no eran una *boyband*, porque sí lo eran. Eran como CNBLUE (grupo de K-pop. Sus integrantes tocan instrumentos. Si bien se pueden enmarcar dentro del pop coreano, presentan melodías de rock en su música)”. Un día le mostré un video de ellos y se quedó callado. Le dije “¿viste?”. La música coreana es rescatable en el sentido de que los *idols* son personas entrenadas. Aparte de saber cantar, mínimo que bailen, que actúen o que manejen otro idioma. No es que cualquier persona que canta bonito llegue a ser *idol*. Son más que eso. El mismo hecho de que puedan mantenerse. Dentro de una industria que es muy grande- donde hay mejores grupos que otros. Bueno, eso no es tan así. Por ejemplo a mí no me gusta EXO (EXO posee una gran cantidad de fanáticos), y es el grupo del momento. Tampoco me gusta BTS, que vienen ahora a Chile. No me llaman la atención. Lo que yo critico es que tiren *mierda* gratuita. Todos tienen sus propios gustos y eso se respeta. Total, la música es música. La música es para

todos. El que la sepa disfrutar y la aprecie, es *bacán*. El cantante y las personas que están detrás de ellos cumplieron con su objetivo.

DBSK - Dong Bang Shin Ki - es una agrupación que es parte de S.M. Entertainment, uno de los conglomerados de entretenimiento más grandes de Corea. Si hablamos de una agrupación que en términos de ventas, popularidad e influencia pueda ser el símil de L'Arc~en~Ciel en Corea, sin duda nos referimos a DBSK. Anteriormente, estaba conformado por cinco integrantes hasta que por ciertos conflictos tres de ellos se fueron y crearon JYJ. Hasta el día de hoy es un problema hablar de DBSK: siempre hay tristeza en sus *fans* cuando se recuerda a los cinco juntos. Sin embargo, sus seguidores siguen ahí. Es el caso de Javiera Ubierna, perteneciente al fandom de Dong Bang Shin Ki, llamado Cassiopeia. A sus 23 años y 10 como fan, cree que es un gusto que durará toda la vida.

-¿Cómo conociste a DBSK?

-Desde muy pequeña estuve inserta en el mundo asiático. Comencé con los dibujos animados para terminar escuchando música japonesa. En primero medio me cambie de colegio y allí conocí a un grupo de compañeras con las que compartía los mismos gustos. Un día decidimos juntarnos en la casa de una de ellas y al entrar en su habitación lo primero que vi fueron fotos de “chinos” pegados por toda la pieza (después supe que eran coreanos). Le pregunté quiénes eran y ella me dijo que se llamaban Dong Bang Shin Ki (DBSK) una *boyband* coreana.

¡Al saber su nacionalidad fue un espanto! Era traicionar mis gustos japoneses. Ella intentó enseñarme los nombres de esas cinco personas - obviamente en una tarde fue imposible- y me negaba a que me gustaran (secretamente ya tenía un favorito. Aquel moreno que sólo recordaba como el líder).

Pasaron unos meses y en una convención de *anime* dieron un mini especial coreano que mayoritariamente se trató de ellos. Ese día - a mitad del 2007- ya no pude negar más lo mucho que me gustaba.

-¿Qué representan ellos en tu vida?

-Al comienzo solo fue un grupo de música con buenas y pegajosas canciones. Con el pasar de los años pasaron a ser parte de mi vida. En el año 2009, ellos tuvieron un *break* que causó que todas sus actividades se detuvieran. No fue hasta entonces que me di cuenta cuanto tiempo les dedicaba: pendiente de cada concierto, presentación o programa al que se presentaban. Muchas personas dicen que la vida de un *idol* es mentira y que sus dichos no son más que palabras para atraer a la gente. Esas son cosas que nunca sabremos si son verdad o mentira pero me gusta pensar que la forma en que se muestran ante los demás, las acciones que realizan y lo que dicen es porque de verdad lo sienten así. Tomando esto en cuenta la forma en que ellos actúan desinteresadamente, creo que son un modelo a seguir. Así que si me preguntan qué son para mí, la respuesta sería esa. Me ha demostrado que si tengo un sueño debo luchar por él. Que ayudar a la persona que está al lado mío es algo que te ayuda a crecer como persona y que muchas veces debemos dejar ir algo muy importante para poder sentirnos realizados. (Habla de la separación que pasó la agrupación).

-¿Por qué crees que se ha mantenido el fanclub durante tanto tiempo?

-En realidad no sé si pertenezco al fanclub como tal. Muchas veces tengo opiniones diferentes a la gran mayoría del resto así que creo que el respeto ha sido parte primordial en todo este tiempo. Con la controversia de la separación se crearon dos bandos principales, basados en quién apoyas. Mantener el fanclub unido ha sido una tarea difícil. A mi parecer no se ha logrado ya que sólo una

mínima parte aún pertenece a él. Ahora bien, el tiempo que se ha mantenido es netamente por la calidad del artista. Incluso después de las separaciones ni uno de los dos grupos (TVXQ y JYJ) cesaron sus actividades. Siguieron adelante a pesar de los problemas y mejoraron artísticamente. El cariño o amor que cada fan le tiene al grupo es la razón primordial para estar acá.

-¿Por cuánto más perdurará?

-Seguramente perdurará hasta el fin de nuestros días, es decir, ya pasamos por lo que según todos sería el fin. Y aquí estamos apoyando a aquellas cinco personas. Me gusta pensar que incluso después de muertos seguirán teniendo *fans* alrededor de todo el mundo, ya sean los tres, los dos o los cinco.

-¿Cuál es tu opinión del resto de los fandom?

-Respecto al resto de los fandoms es un poco complicado hablar por los demás ya que cada grupo tiene una historia diferente que contar. En base a esas historias y experiencias se va formando el carácter de cada fanclub. Hay muchos grupos que han sido sobrevalorados, no por que no tengan el talento necesario para llegar a la fama, sino porque al menos acá en Chile todo se conoce por moda, y a muchos de esos fandoms les falta vivir diversas experiencias en conjunto a su grupo para llegar realmente a la cima. Muchas veces nos encontramos con peleas entre diferentes fandoms por la falta de madurez de sus participantes activos. (Incluyó a Cassiopeia en esto a pesar de ser un fanclub "antiguo").

-¿Cómo opera Cassiopeia Chile? (qué hacen, cuándo se juntan, etc.).

-No hay una forma de decir cuando nos juntamos ya que no es con mucha frecuencia, pero sabemos que si tenemos una oportunidad para que los chicos visiten el territorio nacional probablemente nos tengan a todas juntas donde quiera

que sea. En base a esto se realizan diversos proyectos en apoyo a ellos por alguna actividad que estén realizando, celebración de cumpleaños o conmemoración de alguna fecha importante. Por lo general estos proyectos llevan asociado una ayuda social a nombre de ellos. Por ejemplo hemos ayudado a hogares de ancianos en su nombre, enviado ayuda a Valparaíso e incluso ahora mismo reunimos fondos para ayudar a los animales del norte.

-¿Cuáles crees que han sido las experiencias más importantes en tu vida como Cassiopeia?

-Una de las experiencias más importante para mí ha sido la posibilidad de conocer a un grupo de amigas que hoy en día son muy cercanas. Saliendo del círculo de conocidas del fanclub para ser amigas de verdad con las que puedo contar en todo momento.

Fuera de esto hay dos experiencias que me han marcado de sobremanera y me han hecho pensar en que todo el tiempo gastado, todo el dinero invertido ha valido la pena. Hablo de dos conciertos realizados siendo el primero el de JYJ y el segundo el de TVXQ. Lamentablemente no tuve la oportunidad de ver a los cinco juntos en un mismo escenario, pero sí pude disfrutar de sus voces, conocerlos y saber que son reales, que la preparación previa a un concierto es tan emocionante como el concierto en sí y que no importa si he tenido que dormir fuera de un recinto para comprar una entrada o si he tenido que pasar una semana entera afuera de un teatro para asegurarme un buen puesto. Todo vale la pena si de verdad sientes el cariño y amor que yo siento por ellos.

No todos los grupos de K-pop o *J-rock* tienen la experiencia y el tiempo sobre el escenario de L'Arc o DBSK, sin embargo, poseen una popularidad increíble. Es el caso de BTS o Bangtan Boys, quienes desde su debut el año 2013 han logrado reunir a un fuerte grupo de A.R.M.Y.S, nombre que tiene su fandom. Las chilenas

que son parte de este grupo de fanáticas explican a través de su presidenta, María Fernanda Soto, de sólo 19 años cuáles son sus motivaciones, aspiraciones y proyectos.

-¿Cómo conociste a BTS?

-Haciendo memoria, creo que vi un fotoset de ellos en Damer y después me apareció un video de ellos en el inicio de Facebook. Me causó curiosidad e hice click.

-¿Qué representan ellos en tu vida? ¿Por qué son importantes?

-Es una razón súper emocional y personal. Yo soy originaria de Coyhaique y me vine a estudiar a Viña del Mar y pasaba hartoo tiempo extrañando a mi familia y esas cosas, entonces necesitaba una distracción y justo los conocí a ellos, en ese punto de mi vida. Se convirtieron en mi distracción de pensar en mi familia, por eso los considero bastante importantes.

-Dentro del mundo del K-pop BTS es un grupo pequeño, sin embargo la cantidad de fans en su página ha crecido muy rápidamente ¿A qué crees que se debe eso?

-Principalmente por la cantidad de *comebacks*¹⁰⁹ que ha tenido el grupo. Para el poco tiempo que llevan, han tenido varios *comebacks* y para un grupo que recién viene saliendo eso es extraño. Sería por eso y quizás por cómo lucen. Sinceramente varios de ellos son bastante atractivos y eso a las niñas les llama bastante la atención. Eso provoca que después se fijen en su forma de ser porque también han tenido programas y son bien graciosos.

109 Ver Glosario

Quizás a eso se debe que el año pasado la cantidad de *fans* haya incrementado y ahora sean considerados muy populares.

-Considerando que hay fanclubs que llevan muchos más años que ustedes, ¿Cuál es tu opinión de las fans? ¿Cómo ha sido la acogida hacia ustedes?

-Las fans... hace tiempo éramos muy pocas entonces nos costaba para los proyectos. Por ejemplo tener apoyo era difícil pero ya luego de más tiempo - para un pedido de discos- el apoyo fue muy grande. Tuvimos un pedido de 84 CDs en una oportunidad y considerando que el grupo es pequeño, el pedido fue demasiado. Fueron muchos los discos que se mandaron a pedir e incluso nos quedó gente sin el suyo porque no tenían el dinero en el momento. Deben haber sido más de veinte personas y quizás más. Los *fans* han sido muy buenos en mandar mensajes y están los que siempre participan, los que yo ya nos conocemos porque llevamos dos años ya y cada vez se va sumando más gente. Así que yo creo que la recepción ha sido muy buena.

-Pero de parte de los otros fanclub, ¿Cómo ha sido el recibimiento dentro del ambiente?

-Por lo que puedo recordar al principio, cuando recién creé la página y les solicité ayuda para “publicidad”, la mayoría de ellos fue muy amable con nosotros. Nos dijeron que nos harían “publicidad” y que no había ningún problema.

En los eventos que hemos participado nos hemos encontrado con varios fanclubs y ha sido bastante bueno el recibimiento. Al menos a nosotros nos han acogido muy bien. Hemos podido hablar sin ningún problema con otros fanclub. A veces hemos trabajado con ellos: nosotros les publicamos sus proyectos y ellos nos “publicitan” los nuestros así que por lo menos nosotras no hemos tenido ningún problema.

-¿Qué es lo que hacen como fanclub? ¿Cómo se organizan?

-Los proyectos se dividen en algunos que son para los fans, como la venta de CDs. Esto lo venimos haciendo desde que sacaron O! RUL8,2?, su primer disco. Ahí comenzamos con los pedidos. Lo otro es lo que está relacionado con actividades para ellos, como para sus cumpleaños. Ahí hacemos, por ejemplo, libros de mensajes enviados por los fansites o por otras fanbases internacionales que nos piden ayuda. Les pedimos a los *fans* que envíen sus mensajes en español o en inglés. Si ellos los escriben en español, nosotros los traducimos al inglés para poderlos en un libro de mensajes que es entregado al miembro que esté de cumpleaños. Eso sería lo que hacemos principalmente por los cumpleaños y las juntas. En muchas reuniones no hacemos mucho por disponibilidad. Yo estoy en Viña del Mar y las otras dos chicas están en Santiago, por lo que se puede decir que nuestro staff en el fanclub es bastante tímido, por lo que casi nunca hacemos juntas. Lo bueno es que cuando se hacen, son súper bien recibidas.

-¿Tienen alguna jerarquía dentro del fanclub?

-No. Las tres que somos del staff tenemos las mismas facultades. Todas podemos hacer publicaciones en la página, en el grupo, aceptar gente en el grupo. Siempre que queremos hacer saber algo, lo acordamos entre las tres. Nadie toma decisiones solo. Todas tenemos el mismo nivel.

-Hay otra página de BTS. ¿Se produce un conflicto o todas trabajan bien?

-Por el momento no hemos tenido ningún drama con ellas. De hecho, nos hemos juntado en un evento y hemos trabajado juntas. No hay ningún drama en ese sentido. Por lo menos todavía no hemos tenido ningún problema.

-¿Agregarías algún logro que hayan hecho como fanclub?

-Logro quizás es que participamos en After School Club (programa de televisión coreano) donde pudimos ver las fotos de nuestra primera junta que fueron mostradas durante el programa. Un proyecto de un equipo especial que sólo se dedica a hacer proyectos para BTS fue un libro de mensajes que fue enviado a los chicos y por lo que nos ha llegado a nosotras, les preguntaron en un fansite y confirmaron que lo habían recibido.

A nivel personal se puede decir que he conocido mucha gente. En el staff tengo a mis amigas. He conocido muy buenas amigas así que eso sería lo principal que yo podría rescatar.

En Francisca confluyen muchos gustos a la vez. No sólo adora ser cosplayer, sino que también fue parte de un grupo *dance cover* de K-pop y otro de J-pop. Su pasión por el baile no tiene ninguna relación con sus estudios en medicina, sin embargo, es una afición que es difícil dejar para ella. Actualmente participa también en el coro de su universidad, trabajando en su propia tienda online de productos asiáticos y participando en eventos.

-¿Y cómo partieron cada una de las cosas?

-El J-pop, cuando mi hermana me mostró un video y dije “Oh, yo quiero ser como ella. Después me metí al grupo de la Dani que bailaban J-pop y ahí eternamente nos presentamos, duramos un par de años, *Idol Project*, incluso di una entrevista por ahí, en internet, que es mi hermana, la que vive en Argentina, de que era esto de bailar y que nos gustaran artistas de Japón en vez de artistas occidentales. Era sólo Japón, Corea estaba recién surgiendo y el J-pop estaba súper bien definido en Japón con las *idol*, entonces en el momento en el que estábamos nosotros había temas buenos, coreos buenos, trajes buenos. El K-pop, o sea si uno va y busca videos como de esa época, están así atrasados

-¿Qué grupos bailabas, que música?

-El de la compañía de Hello Project, bailábamos el tema que nos gustara y que diera para las niñas, hay (jumix) de dos hasta el infinito porque son los temas generales que bailaban todas y llegaron a ser cuarenta y tantas creo, no me acuerdo. Después de eso, terminamos, no me acuerdo bien si fue el 2007, nos salimos del grupo, se deshizo un poco y después tratamos de hacer un grupo nosotras con la Dani y tres chicas más y como dos años después tratamos de armar otro grupo, de canto y baile, se llama Wonderful Heart, que era de J-pop, lo mismo, y nos preparamos un montón, nos presentamos el primer día y funó. Funó porque nos íbamos a presentar como con tres temas y el primer tema lo cantamos todo bien y en el segundo tema la Dani se desmaya porque ella tiene esos desmayos que aún no sabemos porque son y eso, no pudimos seguir, las niñas se bajaron, se fueron del grupo. Las niñas no eran amigas nuestras, pero habían bailado con nosotras antes, o sea, este no era el único evento, iban a haber muchos más más adelante, pero no quisieron seguir. Eso pasa igual harto en los grupos.

-¿Después de eso seguiste bailando?

-No, hubo un lapsus en el que no seguí bailando, porque en el fondo no tenía grupo y después la Dani se metió al Asian Stars, que bailan K-pop y ahí me mete a mí también, porque sabía que yo bailaba y trabajaba bien. En Asian Stars partí a los 17, estaba todavía en el colegio y estuve los 17, 18, me retiré para dar la PSU y después no volví más, no había tema, no había gente, entonces en el fondo no retomé el baile ahí adentro, pero no me había salido del grupo y ahí me tomaron las "T-Motion" y creo que estuve como dos años en T-Motion, o sea estuvo como funcionando, porque hicimos dos NCC y después era mucha la carga académica, entonces fue como lo dejamos botado, las chicas empiezan a trabajar, a estudiar, a hacer otras cosas, o sea la Tuai entró a su coso del Pro-Jazz y empezamos

como a dejar, a dejar, a dejar, hasta que al final fue como, creemos T-Motion, o sea, la idea era cerrar con un baile y que nos despidieran, pero no lo hemos hecho por un tema de tiempo, o sea, igual ya estamos más estabilizadas, las chicas tienen trabajo estable y podríamos hacerlo, incluso las otras tres chicas hicieron otro grupo, entonces ahí está la Mage, la bikko, la Dafi, que en el fondo están trabajando constantemente porque pueden, uno no. La Tuai que está con sus cosas de canto, porque las otras ya tienen más tiempo y se pueden organizar mejor, pero yo y la Tuai, no. Igual me han invitado a ser parte de Monster, igual me gusta, los coreos son buenos, pero no tengo mucho tiempo.

-¿Cuál es la diferencia que ves con los grupos de antaño con los de ahora?

-Cuando yo bailaba era menos popular el tema del baile, incluso en T-motion ahí ya empezaron a haber más grupos, más cosas, pero aun así seguía siendo algo como bien escondido, que la gente no cachaba, incluso era difícil entrar a un grupo de baile, porque no había publicidad de su grupo de baile, antes era imposible hacer una convocatoria general, uno llegaba por el amigo, llegaba al foro y ahí cachaba y decías ah ya, pero igual necesitabas un amigo adentro, entonces era menos masivo.

-Entonces tú encuentras que es más fácil entrar a un grupo.

-Es más fácil porque como que ahora la gente cacha y el mismo grupo se publicita, entonces uno dice Ooooh, este grupo me gusta, vas a encontrar el nombre, vas a encontrar los videos, vas a encontrar el Facebook de los integrantes, están los medios. Ahora hay una rivalidad súper fuerte entre lo que bailaban hace tres, cuatro años y los que bailan ahora, no sé si una rivalidad, pero se nota que hay una diferencia, como que ahora de verdad se creen *idols*. O sea, sí, uno siempre sueña ser el *idol*, igual cuando uno mira el video de Juanito Pérez y dice Ooooh, quiero ser como él!, pero la idea es igual tratar de ser el chino, pero

uno está interpretando al chino, representando al chino. Uno no es el *idol*, uno lo tratará de hacer lo mejor que puede, pero yo lo encuentro así, al igual que en el Cosplay, uno representa al personaje, representa al actor, representa el concepto, entonces uno tiene que tratar de ser el mejor en eso, yo como china no podía hacer nada indecoroso, tenía que representar al chino y estar en sus estándares y hasta ahí nomás.

-Es que hay gente que igual pierde su identidad propia.

-O sea, yo pudiera me cortaría el pelo como mi chino. La gente que se corta el pelo, que anda con la ropa, no sé, pasa a ser como perder la identidad y pasar a ser como el chino, o sea, soy el chino ¿Y eso soy? No sé, pero tampoco fui tan al extremo, es que es ser súper poco versátil, poca adaptación, soy el chino hoy día, pero mañana soy Juanito Pérez y soy otro chino mañana, poder interpretar varios personajes cuando se me da la gana, o sea, es ser poco versátil, no funcionaría mucho para los grupos que no son tributo, onda, te toca ser niño hoy día, te toca ser niña hoy día, entonces poca versatilidad quedarse pegado con un personaje.

-Y dependiendo de tu tiempo vas a ir viendo qué hacer, ¿no descartas volver a bailar?

-No, o sea sí tengo mucho, mucho tiempo y se da el encuadre de tiempo y me da la cabeza, sí, o sea, si me dicen, ¡uy! en el grupo nos falta alguien, yo bailo y si es un traje súper sencillo, mejor, porque gastaba un buen tiempo en buscar la ropa y mandarla a hacer y ese es tiempo libre que no tengo, que prefiero estar ensayando.

-¿Hace cuánto que no bailas?

-Uy, no me acuerdo... pero evidentemente que más de un año, tienen que ser como dos... o tres... entré a la universidad el año 2011... el 2013 había dejado de bailar... unos dos años yo creo... más menos... Pero algún día voy a volver, tengo que aprovechar ahora que en el fondo no soy nadie, cuando salga, sea una doctora y diga hola, usted es la doctora Juanita y uno tenga que decir, sí, soy doctora, ahí viene a ser un problema, o sea, uno dice, no, si aquí nadie me va a ver... mentira... siempre hay alguien... el hijo, el primo, el conocido, el amigo del amigo, que también es amigo del banco, te va a ver, en tu Facebook, una foto, ese es un problema, y si se enteran. Si no fuera tan grave, uno podría seguir con el cosplay... tranquilo... pero como eso no pasa y si de verdad si tú haces algo raro te apuntan con el dedo, ahí desmotiva y uno dice, sí, lo voy a dejar, como algún día, cuando deje de trabajar.... Ese es como el tema, la entrada a un lugar importante, como un banco, una clínica, ya eres un personaje público y fuiste. Tengo que hacerlo antes de graduarme, porque después teóricamente ya no se podría.

Me acuerdo que (cuando chica, una niña, no se escucha bien) era psicóloga y bailaba y de verdad a ella le daba cosa salir en la tele, que la entrevistaran evidentemente con el grupo de baile y esas cosas porque perdía el respeto de su paciente, entonces va por ahí, en otro trabajo seguramente da lo mismo, pero en este en el cual tú eres un ente responsable importante y todo, ahí como que... y si alguien sabe que eres médico, ahí cambia todo radicalmente, eso es lo complicado, si te lo aceptan y no se nota mucho, lo puedes seguir haciendo. La gente igual es prejuiciosa, pero los más viejos son prejuiciosos. No sé si sea motivo, pero quizás te podrían echar.

-¿Y tu familia siempre te ha apoyado en estas cosas?

-Sí, mi mamá siempre, mi papá me mira y me dice... Jechu... no me va a decir, no, no hagas eso, me dice, ah, pero te voy a dejar en el auto mejor, te llevo,

entonces, prefiero llevarme a tal metro, que es más seguro y me preguntan ¿Con quién vas a estar? Es un lugar cerrado, seguro, pero no me dicen que no lo haga. Mi mamá siempre me ha apoyado en poner una tienda.

Otra de las posibles vetas de seguimiento a Asia que podemos encontrar tiene relación con el Cosplay. Disfrazarse de un personaje que se admira o simplemente gusta, puede ser una tarea titánica para un seguidor asiduo y que respeta ese verdadero arte. Francisca comentó un poco más de qué se trataba:

- ¿Cómo entraste y en qué estás ahora con el cosplay?

-Cosplay, es que igual cuando uno hacía, cuando bailaba, por lo menos yo, era muy metida de que el traje tiene que ser igual, el peinado igual y tengo que ser igual a la china y ahí parte el cosplay. Ya en ese momento te vistes, te peinas, te maquillas, eso ya es cosplay, o sea, incluyes el baile que en el fondo también es una característica de tu personaje, es como un team cosplay. Entonces desde los 13, me acuerdo que mi primer baile con canto me preocupé mucho que la china tenía el pelo ondulado y a mí no se me ondula el pelo con nada, me ondulé el pelo, me hice el traje, lo más similar que lo podía hacer y todo el cuento.

-Pero vi un cosplay ahora en tu muro, ¿has seguido haciendo cosplay de animé, de varias cosas?

-Cosplay, cosplay, como se conoce. Hago de X23, que me gusta un montón y yo lo encuentro súper relevante en los comics. Es de Marvel. Es un mutante de Marvel, el clon de Wolverine, porque en el fondo, en el laboratorio que modificó a Wolverine para tener garras, se les escapó y dijeron “oiga, nosotros invertimos en esto, necesitamos un arma súper *cool*”, dijeron ya, agarramos la sangre, clonamos y salió una niña. Es nueva y yo la encuentro súper chora, relevante, es *cool*. O

sea, soy Wolverine de mujer y con propiedad. Soy un personaje, no es cosa mía, soy un personaje. Entonces estoy haciendo cosplay de ella, planeo tener todos los trajes relevantes y partí con el más sencillo, después con el siguiente y al otro año yo creo que voy a hacer otro traje más.

-Ya, lo estás buscando en internet, ahora tú tienes el físico para hacerlo porque hay gente que no es tan parecida físicamente al personaje.

-O sea, por eso, ella siempre me ha gustado y por lo mismo, me he preocupado de que el físico se mantenga. Yo sé que en proporciones no soy ella, sí, me di la paja de ver las proporciones que tenía y yo sé que no soy sus proporciones, pero sé cómo hacer la ilusión para que la ropa esté más arriba, para que la ropa esté más abajo y más menos las proporciones que ella representa.

-Acercarse lo más posible a lo que es...

-Sí, yo creo que la interpreto bien, además que si me preguntan de ella lo sé casi todo, casi, porque el inglés me limita.

-¿Y cuál es el cosplay que estás planeando, aparte de Kim?

-Estoy planeando uno de animé, de Baki Monogatari, Ten Yukohara, es que mi pololo me dijo, Uyyy sí, podría ser ella y yo lo miré y dije, sí, me gusta el personaje, así que estoy como de a poco.

-¿La de pelo morado?

-Sí, entonces lo vi con tiempo, compré la peluca, compré las medias, compré los zapatos y ahora me tengo que hacer el traje. Los trajes los cose mi mamá. O sea

los de Kim 23, el uniforme, el que es negro con gris, ese me lo mandé a hacer, porque yo no iba a poder con ese traje, mi mamá tampoco, pero el que viene es más simple, es como colegial, faldita, chaqueta y eso es más fácil de hacer, pero los otros los tuve que mandar a hacer, porque además tiene que ser lycra, la lycra no se cose fácil, además ella hace trajes muy bonitos y le quedó muy bien, entonces... porque he visto otros en internet, de Estados Unidos y yo decía, pero ese no es el color, pero ese no es el corte, pero eso no llega hasta ahí, entonces cuando llegó el mío fue como ¡Ayy, sí, esto si es!

-Te fue bien con ese cosplay...

-Sí, me fue bien y le tengo que sacar partido.

Cristal Altamirano, una aficionada a los doramas, también comenta su atracción por la imitación a sus personajes. No se considera una cosplayer, simplemente quiso experimentar de qué se trataba en carne propia y ahora nos relata cómo lo vivió:

-¿Por qué lo hiciste?

-Como te comentaba antes, solo me he disfrazado una sola vez. Bueno dos, pero la primera fue sólo por un rato y fue porque una amiga me prestó su traje en el evento.

Es como en cierta forma cumplir un sueño o una ilusión de pendeja. Esa típica frase "¡me encantaría ser como ella!", aunque claramente no siempre funciona pero es rico sentir la realización de ese sueño o ilusión y cómo dan ganas de seguir y hacer más personajes.

-¿Qué crees que es lo que más te gustó de hacer cosplay?

-Creo que esa pregunta podría responderla una persona que lleve bastante tiempo en eso, y que además invierte tiempo y dinero en eso, que a la larga es un *hobbie*.

-¿Cuánto invertiste en el traje cosplay?

-En el único que hice, alrededor de unas 30 a 45 *lucas*, igual fueron cosas súper básicas y bien improvisadas, así que supongo que un buen traje debe costar mucho más que eso.

-¿Lo hiciste tú o lo compraste?

-En este caso, fue la mamá de una amiga y mi amiga quienes hicieron todo. Por mi parte sólo compré los materiales y ellas dos hicieron la obra de arte, porque fueron 3 disfraces improvisados.

La inversión de Polimnia Dourdalet fue mucho más allá de los trajes: ella dedica gran parte de su tiempo en el gimnasio para poder estar en forma y realizar una mejor imitación de sus personajes. Nos cuenta cuál es el mundo que se mueve a través de la realización de un sólo traje y toda la preparación y entrega que significa cada uno de ellos.

-¿De dónde nace esta afición?

-El cosplay si no mal recuerdo, nació aproximadamente en los años 70 en Japón, en una celebración, el evento era Comic Market.

-¿Por qué lo haces?

-La verdad, nunca pensé en hacerlo, nunca me había nacido las ganas de interpretar a mis personajes favoritos. Simplemente los veía y los apreciaba de esa manera. Ahora realmente se debe por las juntas, tengo a mis mejores amigas que me motivaron a hacerlo. Antes lo hacía por compartir un poco más con ellas pero ahora lo hago simplemente porque me gusta. Poder personificar a mi personaje favorito, fijarme en el más mínimo detalle del traje/peluca/maquillaje/prop, me hace realmente feliz. Lo más hermoso que me han dicho fue "Señorita, está idéntica al personaje", lejos para mi es lo mejor.

-¿Qué crees que es lo que más te apasiona de hacer cosplay?

-Me apasionan varias cosas. El simple hecho de poder compartir un buen momento con mis amigos, el que te suban algo el ego con fotos maravillosas, que te pidan una foto, que corran hacia a ti (a veces corren y te dan un abrazo) y digan "¿Puedo sacarme una foto contigo?" son cosas que valen la pena y hacen olvidar el gran gasto para el bolsillo.

Me apasiona tanto que voy al gimnasio todos los días. Generalmente digo que no, que es porque me gusta mantenerme pero mientras estoy con las máquinas pienso "Ahora que estaré mejor, podré hacer esta, esta otra y aquella versión de x personaje."

-¿Qué te motiva a invertir en ello?

-Me motiva el personaje. Si me gusta, lo necesito hacer. Da igual si es hombre, animal o lo que sea. Creo que hay dos cosas que son las que más me motivan -

según mi punto de vista-: una es el desafío, la dificultad del personaje y la segunda, los team cosplay. No hay cosa más maravillosa que tener un team enorme que abarque todos los personajes de una serie.

Igual debo admitir que motiva mucho el tipo de evento. Si es uno *charcha*, por así decirlo, no dan ganas de ir a mostrar el trabajo de uno. Los eventos grandes son más tentadores.

-¿Cuánto has invertido en un traje cosplayer?

-En mis dos últimos trajes -que aún no están listos- he invertido en ellos hasta el momento... en el Gokaiger Red unos \$210.000 y en el de Zephyrmon unos \$170.000 en Props solamente. En eso no se incluye el valor de las pelucas, trajes y pasajes. En general, se puede gastar desde los \$15.000 en adelante.

-¿Lo haces tú o lo compras?

-Los trajes nunca los hago yo. Sinceramente, no tengo el talento para poder crear los trajes ni props, por lo cual solamente modifico y creo los accesorios y zapatos - accesorios pequeños, no props-.

A las personas que hacen los trajes se les llama Cosmaker. Son personas que se dedican al 100% a hacerlos ya sea ese su trabajo o por hobby, pero obviamente uno debe buscar y cotizar. No es llegar y con cualquier persona hacerse los trajes. Los chilenos tienden a querer abarcar mucho, es decir, mano que mucho abarca, poco aprieta. Hay que buscar con pinzas los cosmakers.

Yo con mis trajes soy muy exigente, por lo cual me manejo solamente con dos: una chica de Santiago, de la tienda Online Manzana Dulce. Ella es diseñadora pero dedica su tiempo libre a hacer trajes. Son carísimos pero valen 100% la pena. También ocupo a otra cosmaker que es de mi región, es de Valparaíso, de la Tienda online "Uilyu Confecciones". Conozco su talento pero aún no está al nivel de los trajes que yo necesito. A pesar de eso, tiene una excelente mano para trajes simples y debo decir que ella ha ido mejorando.

En cuanto a las armas o armaduras, existen los *Propmaker*. Ellos son los que crean las armas de los personajes que uno necesita. Trabajan generalmente en goma eva, Worbla, espuma expansiva o madera, entre otras cosas. Igual que con los cosmaker, uno debe buscar bien porque no falta el que cobra de más por un trabajo mediocre.

No sólo a través de disfraces es posible mostrar una atracción por Asia a través del vestuario. Un estilo de moda que nace desde la reacción de la juventud japonesa a las normas machistas y conservadoras es el Lolita. Esta particular forma de vestir, parece sacada de un viaje al pasado: mezcla aspectos estéticos del Rococó, época Victoriana y, en general el código de vestuario del siglo XVIII. Francisca también siguió este código de vestuario y nos explica qué la animó a hacerlo.

- ¿Cómo partió lo de vestirse como lolita?

-Yo igual a las lolitas las había visto en internet, pero eso ahora último, yo me acuerdo que la primera vez pensé que me gustaría ser lolita fue en un Fan Viña que nos invitaron, creo que a bailar o a trabajar, no me acuerdo bien y ahí había un stand de lolita y era una comunidad más o menos grande, entonces yo fui, pero estaba con las de T-Motion y decía, porque estaba bailando en ese momento, yo quiero ser lolita, pero no puedo ser Tombo y Lolita al mismo tiempo, entonces dije,

no, tú eres tan *kawaii* que si podías y ahí pasó la idea de quizás ser lolita, por qué no. La cosa fue que yo pasé de bachillerato a medicina y mi mamá me compró un vestido de Lolita, en la UNAB, entonces ahí partió el primer vestido lolita. Después me di cuenta que necesitaba un falso, después zapatos, después me di cuenta de lo que me estaba empezando a faltar para armar un combinado decente, con un jersey, después caché que necesitaba medias, zapatos, un falso, blusa, empecé como a compilar cosas. Muchas de mis blusas son antiguas nomás, poca blusa es marca lolita o hecha especialmente para lolita, igual que las medias, yo casi no uso medias con monitos, yo uso medias blancas nomás, mi mamá me compra muchas medias blancas. Cuando vengo a Argentina, porque aquí igual hay una comunidad grande, voy a ir y voy a ver si encuentro tiendas físicas o eventos y ahí busqué, pero no encontré nada.

-¿Pero lolita algo así que es de todos los días o no?

-No, o sea, el chiste es usarlo lo más que se pueda, pero evidentemente que en el día a día no funciona porque tengo que ir a la U y no, es complicado, trato de hacerlo para cosas especiales, juntas especiales, salidas especiales, para mi cumpleaños, cosas así.

-¿Y cómo encuentras que está el panorama de las lolitas en Chile, las comunidades de lolita?

-O sea, no he estado muy activa últimamente, pero la parada de la comunidad chilena es como agrupar a las lolitas, que no esté sola, o sea, si quiere estar sola, que esté sola, pero que la lolita sepa que en su ciudad hay otra lolita, por si ella quiere hacer algo, por si quiere conversar, entonces la idea de todas las comunidades, porque es un largo país y tenemos pocas lolitas en las ciudades. La idea es esa, que sepan que hay otra, que digan, oh, cuantas hay en Arica, que hay otra lolita, que podrían juntarse. Ya el segundo plano es organizar Tea Parties,

organizar cosas para que se integren nuevas niñas, para que se conozcan mejores lolitas cuando participan en eventos, pero yo creo que lo principal de las comunidades es juntar a las lolitas, porque antiguamente, que yo sepa, muchas vestían lolita, pero nunca sabían que existía otra lolita en su ciudad, incluso en Santiago, era penca.

-¿Tú estás activa en la comunidad?

-Sí, en las lolitas chilenas sí, y voy a las juntas cuando puedo, fui a una Tea Party del Bo Café que organizó y eso.

-¿Para Super Japan Expo - en Noviembre- viene Misako Aoki, ella para ti es un referente de lolita?

-O sea, para mí sí es un referente, a mí me gusta ver videos de ella, me gusta ver sus fotos, ella me gusta como referente, no siempre me gusta como viste, pero en general sí, porque sigue el *switch* de lo que yo uso, igual ella es como súper humana, los videos se ven súper normales, en realidad todos los videos de las Japón tratan de mostrar que son personas comunes y corrientes, te vengo a enseñar cómo maquillarte, pero ella, creo que ya cumplió los 30, por siempre joven y además es enfermera, entonces, oh, quiero ser como ella, poder ser una enferma profesional, *kawaii* y poder ser lolita, ser bonita, por siempre joven, tener esas dos vidas y que funcionen. Debe ser enfermera, pero no en urgencia.

-Igual hay lolitas que dejan de ser lolitas por lo caro...

-De las historias que yo sé, de las niñas que dejan de ser lolitas, es porque mi tiempo pasó o ya no me gusta, me desencanté, cosas así como “no más”. Otra gente lo deja indefinido. Tengo mis cosas guardadas, no las voy a usar ahora, pero no he escuchado gente que diga, no, esto es muy caro, no voy a gastar plata en

un vestido de 100 *lucas* me voy, no que yo sepa. Lo otro es desencantarse porque tengo que tener ropa de marca para ser lolita, pero no necesariamente, puedes tener un jersey hecho a mano muy lindo y vivir así como lolita, eso es lo que hay, con eso te sientes bien y funciona.

Vanesa Nuñez tiene 25 años. Es madre de un niño de más de un año que le quita casi todo su tiempo pero la hace muy feliz. Cuenta cómo en una época de su juventud disfrutó mucho el ser lolita, algo que ella ve como una moda que le encantaría retomar. No reniega de su pasado y cuenta detalles de cómo se desarrolló durante esos años:

-¿Qué es lo que más te atrae del mundo asiático?

-Específicamente de Japón me atrae mucho la "bipolaridad " de su cultura: es muy apegada a tradiciones milenarias y, a la vez, hiper-futurista para los ojos occidentales. Siento que eso la hace surrealista. Su gente es muy detallista y respetuosa. Cada uno sabe el lugar al que pertenece y respeta el lugar de los demás. Eso, más lo surreal culturalmente que es, te da el pie para vivir de la forma que quieras sin miedo a ser juzgado: es tu realidad. En occidente eso no existe. Tienes que si o si seguir un canon social y si no, eres lo peor.

Pareciera que allá hay más libertades que acá. Independiente de lo cuadrados y perfeccionistas que pueden ser los japoneses, tienen libertad de elegir sus gustos y su forma de expresarse.

-¿Por qué te interesó ser una Lolita?

-En la etapa donde uno busca su identidad, sigue estilos musicales y formas de vestir. Me topé con esto del rock. Siempre me gustó eso de desmarcarse del resto, así que creo que en el momento me cayó como anillo al dedo.

Además, siempre me llamaron la atención los detalles medievales, como por ejemplo, el vestuario. El lolita reunió muchas cosas que me gustaban y hasta el día de hoy siento que no he visto moda más linda que esa. Para mí es un orgullo haber vestido lolita por tantos años y si pudiera, volvería a hacerlo. Creo que es una moda bellísima.

-¿Cómo crees que el público chileno percibe tu afición y que lo diferencia del público japonés/asiático?

-Para el chileno común todo aquel que rompe el esquema debe ser señalado con el dedo. No sé si es miedo, si es opresión o parte la vida occidental: cualquier estilo de vida, ya sea una moda, una religión o un asunto sexual que no sea como la mayoría es, son bichos raros y es muy mal visto.

En Japón, en cambio, la diversidad es parte de la sociedad, no como una, sino como variadas realidades. Eso hace que las personas puedan vivir tranquilas sin miedo a represalias en las calles solo por ser diferente. Allá eres uno más y ni siquiera te mirarían raro por vestir diferente. Todo va en el respeto.

Felipe es diseñador gráfico, sin embargo, se desarrolla en un ámbito diferente: la fotografía. Gracias a esta disciplina ha logrado reconocimiento en el extranjero, trabajando para grupos de diseño importantes en México, Argentina y todo Chile, donde es reconocido su trabajo visual, como también el de diseñador. Tanto es

así, que es reconocido en Japón por su pulcritud en sus trabajos con lolitas y es chileno.

-¿Cómo llegaste al mundo asiático?

-Desde chico veía anime que daban por la televisión abierta. Me adentré más a la cultura japonesa cuando ya ingresé en la enseñanza media. En el año 2003 cuando recién comenzaban a surgir las “tribus urbanas” fui mucho tiempo Otaku y frecuentaba eventos de animé que se realizaban en el Planetario.

-¿Qué te gusta del mundo asiático?

-Es un mundo totalmente fuera de lo común. Me siento como dentro de él. Disfruto ver cosas de Japón, no solo animé, sino que cantantes, diseñadores, productoras, eventos y la cultura general. Hasta el día de hoy me sigue enamorando y envolviendo dentro del trabajo que hago.

-¿Por qué te interesa desde tu oficio como fotógrafo abordar a Lolitas?

-Soy diseñador gráfico, a lo largo de mi carrera desarrollé un montón de proyectos relacionados con la materia y me encontré de frente con este estilo de moda o vida. Desarrollo piezas de vestuario del estilo en sí. Tomé un seminario de Emprendimiento y autogestión con Diego Bresler, el cual me ayudó a ordenar mis ideas y hacer que esto de hacer ropa fuera por buen camino. Me interesó porque fue algo que se dio solo. Aprendí por mi cuenta el tomar una máquina de coser y coser yo mismo los vestidos. Eso lo hago hasta el día de hoy.

-¿Qué es lo que más te atrae del estilo Lolita?

-Siempre he dicho que lo ostentoso y lo de época me atrae. Mis trabajos son marcados por esos conceptos y el Lolita complementa todo lo que me gusta.

-¿Cómo crees que el público chileno percibe tu trabajo?

-Al principio siempre toman esto como un disfraz, pero cuando vas ayudando a culturizar a las personas toman esto como algo profesional y digno de admirar. He sido invitado a varios eventos, universidades y televisión a mostrar mi trabajo y quedan impresionados, no solo por los diseños, sino que también porque se evoca a una época con un toque moderno.

-¿Qué diferencia al público japonés o asiático del chileno?

-Simplemente yo, que soy chileno. O sea, al otro extremo del planeta existo, haciendo esta moda que nació en Japón.

-Tu lograste ser reconocido en el extranjero, ¿Cuál crees que es la clave para ser exitoso en esta área?

-Ser perseverante y constante. Desde que comencé no he dejado de coser, y con mi staff jamás hemos dejado de hacer sesiones de fotos. Soy terco cuando quiero algo, pero hasta la fecha he conseguido todo lo que me propongo y he logrado entrevistas desde la televisión japonesa.

-¿Por qué en Chile aún se mantiene en un ambiente *underground*?

-Simplemente hay que seguir enseñando esta moda. El Lolita en el transcurso del tiempo en que ha estado en Chile ha tenido altos y bajos. Y de eso ya van más de 15 años, pero hasta la fecha sigue cautivando gente y sobre todo niñas.

-¿Pertenece a algún grupo de música, cultura o idioma asiático?

-En realidad soy un personaje muy normal, solo tengo preferencia por la música japonesa y su moda.

-¿Qué otro tipo de trabajo haces?

-Soy Licenciado en Diseño Gráfico, en la actualidad trabajo de diseñador gráfico para Hipermercados Tottus y soy encargado de unos de los locales más grandes que poseen, me encargo de que el local se vea lo mejor posible. También tengo un pequeño colectivo fotográfico, donde creamos pequeños *photoshoots* o portafolios para modelos.

-Y ahora con la actualidad ¿Cuál es tu pensamiento respecto al *ññoñerío*¹¹⁰ en general? ¿Sientes que está desapareciendo o todavía está en auge el tema del cosplay, lolita, el J-pop, el K-pop?

-O sea, yo creo que (estaba) en auge porque existe Facebook. Facebook es casi una mezcla de información de internet y red social, entonces si yo soy cosplayer y lo puedo mostrar al mundo y el mundo se va a enterar, entonces realmente va a funcionar esto de que la gente va a admirar mi cosplay aquí o en la China, o sea vas a llegar más en el evento, las fotos o los videos van a llegar más lejos, igual que el baile, ahora como es tan internacional, los de Japón o de Corea saben que en Chile hay grupos de baile, entonces saben que hay *fans* alrededor del mundo, entonces es lo que uno siempre quiere, que tu arista sepa que tú eres su fan, entonces que ellos puedan saber que acá hay grupos de baile, que aquí hay fanaticada, lo mismo que el cosplay, saber que en Chile, que en realidad es un país perdido para los gringos, que ellos se enteren que aquí hay cosplay, buenos

110 Ver Glosario

cosplays de sus personajes, buenos cosplay de sus películas y que ellos se den cuenta que ahí hola! Hay gente, que si es fan.

-Entonces esto no es algo que va a morir luego, sino que va a seguir...

-Sí, o sea se extiende porque ya se logra lo que uno quiere, si uno es lolita, te pueden conocer en Japón perfectamente, si tú tienes un canal lolita que en el fondo no son muchos, perfectamente te pueden conocer al otro lado del mundo y cumpliste, eso es lo que uno quiere.

Capítulo 5. Adopción y atracción cultural de chilenos por Japón y Corea del Sur.

5.1. La apertura de mercados (TLC) como co-ayudante en la expansión cultural.

La relación de confianza y cooperación entre las economías de los tres países que conforman este estudio se remontan a muchos años atrás, mucho antes de la firma de los TLC de cada uno de ellos con Chile. Sin embargo, es a partir de este momento, cuando vemos el mayor incremento de intercambio comercial entre ellos. -Saber que Japón es el 3er mercado más importante para nuestro país y Corea del Sur es el quinto, nos relata la real dimensión que estas economías asiáticas tienen en las dinámicas inversionistas en nuestro país y nos interpela en relación a la responsabilidad que cada uno tiene en la interculturalidad y sincretismo identitario entre ellas.

Tanto Japón como Corea generan millones de dólares en producción cultural -51 y 71 millones, respectivamente- siendo este ítem uno de los más recurrentes al momento de discutir políticas gubernamentales en estos países. Corea se ha caracterizado en una campaña agresiva de internacionalización de sus productos culturales, utilizando a las empresas de entretenimiento y, específicamente a sus *idols* como embajadores de la cultura en el extranjero, mientras que Japón ha intentado salir hacia el extranjero pero enfocándose en las artes más tradicionales de su cultura, fomentando su literatura, historia y artes marciales, como también este último tiempo el anime (videoanimación japonesa), a través de la consolidación de su industria en Japón, concretamente el fortalecimiento de facultades de manga en la estructura educacional universitaria japonesa. Los planes de comercialización son diametralmente opuestos entre sí mientras el japonés respondía a un modelo input, el coreano es output.

Sin embargo, durante muchos años se creyó que la sensación de desconfianza del público chileno con respecto a la calidad de los productos llamados “Made in China” pudo traspasarse a los productos culturales asiáticos, totalmente adverso al fenómeno que en general los países latinoamericanos sienten hacia la cuna de la cultura occidental americana: EE.UU.

Este diagnóstico cambiaría desde el año 2007, donde los inversionistas asiáticos se plantean la necesidad de abarcar un sector que reclama atención a partir del intercambio cultural, haciéndose cargo de una sociedad globalizada: La Embajada de Corea del Sur a través de la promoción del *Hallyu* y la Embajada de Japón a través de actividades que fomenten la literatura, el idioma y las artes tradicionales japonesas, lo que habla de un retraso en la identificación de la urgencia por profundizar los nexos entre las culturas. Se afianza un mercado cultural que se genera en Chile a través de la pasión por Asia: podemos tomar como ejemplos los casos de Pablo Andrade, TodoMarcial y Paola, mencionados anteriormente.

La posibilidad de generar recursos a través del afianzamiento del público que gusta de Asia se acrecienta con el paso de los años y logra potenciarse por medio de la apertura de mercado que han significado los Tratados de Libre Comercio entre Chile y Japón y Corea. Surgen emprendimientos en áreas tan diversas como la enseñanza y cultivo de la espiritualidad asiática por medio de las artes marciales, que cala de manera tan profunda entre quienes la practican, que logran mejorar la calidad de vida a través de la filosofía del karate en ambientes con riesgo social.

“¿Los surcoreanos sabían que "Gangnam Style" sería la canción que puso el K-pop en el mapa? Por supuesto que no. Pero sabían que iba a suceder eventualmente. Habían estado estableciendo el mecanismo de dominación de la

cultura pop desde los inicios de la World Wide Web en la década de los 90's.”
(Hong, 2014, Introducción, sección 2, párrafo 8)

5.2. La identificación con un par: imperatividad y conciencia de grupo.

Podemos concluir a través de esta investigación que un factor importante en la formación de nexos que permitan el sincretismo cultural entre Asia y Chile es la directa proporcionalidad que existe entre el acceso a Internet y el descubrimiento de nuevas cosmovisiones. Es a partir de un primer acercamiento por este medio que la mayoría de los entrevistados muestran un asomo de lo que sería más tarde una visión profunda de su gusto por Japón o Corea.

Es importante entonces explicar la dinámica que se da cuando un chileno o chilena se apropia de elementos culturales que no son propios de nuestro país, que son asiáticos, teniendo en cuenta que cada persona tiene un modo distinto acercarse a este mundo, lo que se concreta a través del consumo de bienes culturales, siendo el más popular el de la música. Otras de las formas de hacerlo son a través del cine, la televisión, el baile, el vestuario o incluso las artes marciales.

El conflicto territorial por las islas Dokdo/Takashima traspasa todo orden social en los países involucrados, incluyendo al espectáculo con bochornosos incidentes. Lo curioso es por qué un conflicto que es propio de otros países le importa tanto a un grupo de chilenos, que crean un grupo llamado Dokdo Lovers para mostrar su apoyo a Corea. Este grupo es sólo una muestra del efecto que tiene el intercambio cultural en Chile.

Actualmente en nuestro país existen 20 mil seguidores de K-pop, divididos en más de 200 fanclubs. Esta cifra no nos dice nada si no tomamos en consideración que ellos son un grupo de personas activa en la compra y venta de productos culturales. A modo de ejemplo, un 55% de ellos, vale decir 11 mil personas, repletaron la Quinta Vergara el 2 de noviembre de 2013 gracias al show Music Bank, uno de los programas de televisión coreanos más famosos de música en ese país. Las entradas costaban entre 28 y 162 mil pesos¹¹¹.

En el otro extremo, tenemos el verdadero récord que consiguió la secuela japonesa de animé Dragon Ball, gracias al estreno de la película Dragon Ball Z: La resurrección de Freezer. Primero, el canal ETC TV realizó maratones de 12 horas de la serie de 291 capítulos durante todos los sábados de mayo y junio de 2015, preparando el estreno en los cines. Además, invitaron a los televidentes a fotografiarse mientras veían el canal y compartir sus comentarios a través de la red social Twitter a cambio de participar por entradas. Como resultado lograron posicionarse como Trending Topic durante todas las semanas de la emisión y generar el ambiente perfecto para la película. Quienes no ganaron las entradas, llenaron los cines y durante la primera semana de estreno compraron 11.100 tickets para ver las aventuras de Goku y sus amigos, demostrando que el fenómeno está lejos de terminar.¹¹²

En Agosto de 2014 se inauguró el CA660 con una muestra de Joan Miró que no sobrepasó los 60 .000 visitantes. 10 meses después, el Centro Cultural se transforma en uno de los espacios culturales más conocidos gracias a la muestra

111 Información consultada el 9de diciembre de 2015 en la WWW:
<http://www.puntoticket.com/Evento.aspx?EventoID=NX0001>

112 Información consultada el 9 de diciembre de 2015 en la WWW:
www.ultracine.com/ultrablog/index.php/arranques-semana-25-4/#more-11640

de la obra de la japonesa Yayoi Kusama en Chile, con cien mil visitas más que su antecesor, lo que marcó todo un precedente.¹¹³

Es importante mencionar que la apropiación de espacios no se da sólo en museos o centros especialmente dedicados a la cultura. Es posible encontrarnos con grupos a los que les atrae Asia en teatros, parques e incluso discoteques. El reclamo del Parque San Borja como propio se perfila como un fenómeno social que sería interesante indagar a través de otro estudio más minucioso, pero sin duda es un antecedente de cómo los jóvenes van ganando un lugar físico en el cual desarrollar su arte.

Estos espacios también se dan en lo profesional. De esta manera descubrimos los testimonios de personas que a través de sus propios talentos son capaces de profesionalizar sus gustos. Son los casos de Kevin Cataldo en el baile y Salomé Anjarí en el canto, cuyas historias fueron contadas en el capítulo dos.

Si bien los esfuerzos - sobre todo de la Embajada de Corea - han dado fruto y hemos podido disfrutar de series asiáticas o doramas por televisión abierta entre los años 2003 y 2012, hay que entender por qué no tuvieron el mismo éxito que actualmente tienen en Chile series como *Las mil y una noches*, *Fatmagül* o *Sila*, todas de origen turco. Hemos concluido que puede deberse a dos razones: Los doramas no pudieron adaptarse a un público más occidental y a que el horario que se eligió no era el óptimo.

Pero verlos a través de la televisión no es la única forma de viralizar el contenido cultural. Las páginas de subtitulación en base a voluntariado han sido

113 Espinoza, Denisse (2015, 11 de junio) Más de 160 mil visitas atrajo la obra de Yayoi Kusama en Chile. La Tercera, sección Cultura. Consultado el 9 de diciembre de 2015 en la WWW: <http://www.latercera.com/noticia/cultura/2015/06/1453-633758-9-mas-de-160-mil-visitas-atrajo-la-obra-de-yayoi-kusama-en-chile.shtml>

fundamentales en la masificación del público que consume productos culturales audiovisuales. Además, la recomendación través de las redes sociales, como lo que se da en el grupo de las DramaAdictas~, ha significado otra ventana de exposición. También está la posibilidad que ofrece el comercio informal para disfrutar de estos dramas sin depender de una conexión a internet, sin embargo, se hace imposible tener un recuento exacto de la cantidad de material audiovisual que consumen los chilenos por la comercialización irregular del mismo.

Pudimos observar, además, que las teleseries asiáticas transmiten rasgos propios de la culturas que promueven, tales como el orgullo, el mérito, el respeto a la autoridad, lo que significa una clara estrategia en promocionar la “marca país”. Sin embargo, un punto relevante en ese sentido es que ambas producciones presentan diferencias notorias en torno a las temáticas expuestas. En otras palabras, el hecho que pertenezcan a una misma zona geográfica como es Asia Pacífico, no garantiza un enfoque similar en el guion, lo que responde a cuestiones culturales e históricas de cada nación. Por ejemplo, en el caso de Japón no se busca expandir el mercado de la serie hacia otros países, lo que no quita que exista gente a la que le gustan sus producciones televisivas, pero ya que tienen un mercado interno tan grande, ellos sólo se preocupan de reforzar su mercado interno y su producción. En cambio, para Corea del Sur el foco está justamente ligado a lo contrario: se percataron de la necesidad de dar a conocer sus productos hacia lo occidental. Esto último se realiza incluso gracias a los aportes que el estado realiza en esta área. Se utiliza a actores, cantantes y modelos como cartas de presentación para mejorar aún más la economía y generar una imagen más definida, como la que Japón ya posee.

Mientras Japón continúa bajo la influencia del Bushido y mantiene sus valores - la importancia que se le da al orgullo nacional, el respeto y la fuerza femenina-, Corea del Sur mantiene un nexo invisible con el poder en el ideario que representa Estados Unidos a través de elementos tan simples como la moda o el lujo, hasta

más profundos como la presión por ascender en la escala social o el consumismo tan propio del capitalismo estadounidense. Todos estos valores son conceptos que podemos observar con facilidad a través de la televisión japonesa y coreana.

Pero la responsabilidad en la penetración del contenido se debe a los fans. Sin ellos habría sido imposible que el contenido en primer lugar, llegara a nuestro país. Sin ellos jamás sería posible que las artes marciales cambiara la realidad de un barrio completo o que comiéramos sushi el fin de semana. Los *fans* son los responsables de la circulación del contenido y, finalmente, su globalización.

5.3. Reflexiones finales.

Si bien Corea del Sur y Japón representan dos regiones culturales distintas, a nivel simbólico y audiovisual cautivan a cientos de personas en nuestro país que se nutren de esta interacción con Asia a través de las herramientas que les ofrecen las redes sociales.

El consumo de cultura popular oriental hoy se diversifica y ofrece un nuevo abanico de identidades, que de modo implícito hace optar a su espectador por un cierto prototipo identitario. Dos rivalidades que a nivel diplomático-histórico, hoy se enfrentan en la industria cultural. Música, animé y dorama son los nuevos embajadores de Asia, las nuevas herramientas de la diplomacia blanda. Que unos u otros sean más hábiles y se hayan dado cuenta para usarla a su favor, es un tema a reflexionar después. Pero que nos demuestra el poder de la imagen en un escenario posmoderno.

5.4. *Los productos culturales asiáticos y su proyección en Chile: el cambio necesario en los fanáticos.*

Las distintas variantes dentro de los gustos de los seguidores de lo oriental - cuando se habla de K-pop, *J-music*, Cosplay y otros- aún siguen siendo parte del *undeground* en Chile.

Aunque el efecto del K-pop en Chile se ha masificado a través de la televisión, no deja de ser mostrado como una afición que se encuentra fuera de lo común.

Peor es el caso de la música de origen japonés: en algunos sectores de la población se conoce sobre el fenómeno de L'Arc-en-Ciel o grupos como X-JAPAN. Pero el común de los chilenos no se identifica con todo el abanico de posibilidades que presenta Japón, culturalmente.

La falta de grupos musicales japoneses que decidan venir al país, y lo difícil que ha sido concretar conciertos de gran impacto dice relación con que las aficiones ligadas a lo asiático no escapan de un grupo de fanáticos que poseen características similares: *fans* leales que tienden a coleccionar, que muchas veces se etiquetan a sí mismos y que generan barreras entre sus semejantes. Cabe destacar el hecho de que una persona puede ser seguidora de muchas tendencias. (Como es el caso de Daniela, que es cosplayer, fue parte de un *dance cover* de K-pop y de otro grupo de baile ligado al J-pop). Sin embargo, la existencia de estos *fans* pareciera no beneficiar ni ir en detrimento del crecimiento de lo oriental en Chile.

Si bien existe el espíritu de equipo, no es una constante que se refleje siempre. Dentro del ámbito del K-pop abundan las peleas y discusiones; entre los cosplayer las relaciones no son tan profundas porque no hay un real espíritu de equipo y muchos de los fanáticos de la música japonesa no han persistido en sus gustos. En este caso existen, pero no son tan notorios como antes.

Pareciera ser que el seguir las tendencias propuestas por Japón y Corea del Sur (en Chile) son difíciles de sobrellevar en lo que respecta a las relaciones grupales, pero en los casos presentados los entrevistados no demuestran tener muchos problemas con parte de la sociedad que no entiende su afición.

Finalmente, cabe decir que la adopción de los diferentes productos culturales provenientes de estos dos países, repercute directamente en la identidad de los chilenos que acceden a ellos. Esto, debido que el consumo de ciertos bienes es parte de la construcción de la identidad. Y, además, los fanáticos de estas expresiones culturales son importantes para la masificación de las culturas tratadas; sobre todo en el caso de Japón y la animación porque en el caso de Corea del Sur existe una política gubernamental para la expansión del Hallyu, medida que en Japón pareciera no existir.

Anexo 1. Definiciones de dorama y elementos que complementan a los antecedentes históricos planteados en la tesis.

Extractos del seminario de grado “Las diferencias culturales entre el dorama japonés y el coreano: el caso de Hana Yori Dango”, por Francisca Collao Kehr.

1. El dorama.

1.1. Definición.

Dorama, es el nombre que se le da a las telenovelas de origen asiático. La palabra es nipona y se aplica a los productos culturales de esta índole. La palabra se utiliza de esa forma, pero esto se debe a la forma en que la gente de Asia Pacífico pronuncia “drama”, sonido que para occidente suena como “dorama”. El término japonés se use como una especie de etiquetado para las series televisadas de origen asiático -principalmente provenientes de Japón, China, Taiwán y Corea del Sur- es posible señalar que la industria cultural del drama asiático no es idéntica en todos los países de ese origen, sino que las culturas de cada uno de ellos influyen en dicho producto. Esta hipótesis es comprobable a través del caso de “Hana Yori Dango”, serie que ha sido exhibida como animación, dorama y película.

“Hana Yori Dango” o “Los chicos son mejores que las flores”, es un manga japonés creado por Yōko Kamio que está dirigido para un público adolescente. Fue publicado de forma quincenal desde 1992 hasta 2002 y tuvo bastante éxito fuera del país de origen.

En 2001 salió al aire la versión taiwanesa –hecha con personas- de esta historia adolescente que se tituló “Meteor Garden”. En 2005, la conversión de esta popular

historia a live action sucedió en Japón: la serie llegó a tener dos temporadas. La primera de estas de nueve capítulos.

En 2005, se realizó el primer dorama basado en esta historia de Kamio. La primera temporada tuvo una duración de nueve capítulos. La serie llegó a tener dos temporadas.

Corea del Sur llegó a emitir su propia versión en 2009. Esta se tituló “Boys Over Flowers”, y ese mismo año se dio a conocer la versión china titulada “Meteor Shower”.

Además, en 2008 se estrenó en Japón una película llamada “Hana Yori Dango The Final”, que contó con la participación de los mismos actores de la serie.

La historia trata sobre Tsukushi Makino, una chica que no posee muchos recursos económicos y que gracias al esfuerzo de sus padres logra asistir a una escuela de elite. En dicha escuela, reina un grupo de cuatro chicos con mucho dinero y que un día decide enfrentar tras un percance entre uno de ellos y su única amiga. En ese momento comienzan los problemas para Tsukushi y también muchos líos amorosos.

Respecto al enfrentamiento de las dos versiones de “Hana Yori Dango” la japonesa y la coreana, cabe mencionar que existe una continua competencia entre Corea del Sur y Japón. Esto, heredado de la ocupación japonesa que se extendió hasta 1945 y que le dejó a Japón una mala imagen en el panorama internacional.

Hasta el día de hoy perduran resquemores entre estos países y una continua competencia.

1.2. Doramas, la nueva forma de producción cultural rentable.

El dorama, telenovela asiática, ha irrumpido en el escenario mundial como un nuevo motor de transmisión cultural. Es absolutamente normal encontrarse con producciones de esta índole y que estén traducidas al español y a otros idiomas.

Sin embargo, las traducciones a los lenguajes no tan manejados por los asiáticos –menos el inglés, aunque debido a que son países nacionalistas no se preocupan tanto de aprenderlo- están siendo posibles gracias al aporte de los fanáticos. La llegada del dorama a occidente depende - casi completamente- del ímpetu de los mismos seguidores que se encuentran a favor de la cultura asiática. Ellos, han “abrazado” una especie de filosofía en la que se sienten motores de la transmisión de los diferentes valores observables en estas producciones.

En sitios como www.viki.com, las traducciones son hechas constantemente por los seguidores de estas culturas. No es que los mismos países se encarguen de esto, sino que los mismos fanáticos de estas nuevas formas de producción cultural dedican horas a traducir desde el coreano y del japonés, por ejemplo. Porque, es normal encontrarse con traducciones de productos culturales provenientes de Tailandia, China, India, etc.

Después de este paso, es normal que otros utilicen los subtítulos al inglés para traducir a idiomas como el español e incluso ruso.

En cierta forma, los asiáticos no deben preocuparse de la masificación de sus producciones. En el caso de Japón, como país cerrado simplemente intenta satisfacer las necesidades de sus mismos compatriotas. Si sus producciones de ese tipo llegan a ser vistas por los occidentales, pues qué bien. Pero si esto no sucede, “son capaces de vivir con eso”. En el caso de Corea del Sur es diferente: Corea del Sur ve al dorama y a la música pop de su país como uno de sus estandartes para promoverse en el extranjero. El *Hallyu* y su masificación han pasado a ser tema, incluso, para el Gobierno. El Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de este país ha hecho de “la ola coreana” un tema nacional.

En las oficinas del Ministerio, hay incluso un departamento dedicado a los films y las series de televisión.

“Estos funcionarios no son para nada unos niños. Su misión es una prioridad muy seria para Seúl que les retribuye diez millones de euros anuales. Cuyo objetivo es utilizar el K-pop como punta de lanza cultural y económica”.

Para Jong-Pil Shin del Ministerio de Cultura, “el K-pop es el elemento central de nuestra estrategia de expansión cultural. Todo esto repercute directamente en el turismo. De los diez millones de turistas que vinieron el año pasado (a Corea del Sur) un millón había conocido a Corea a causa de ello”.

En Corea del Sur no se suele separar a la industria del entretenimiento tanto como sucede en Chile. Todo es parte de lo mismo: la música, los doramas, los programas de televisión a los que asisten los artistas, los productos, como el maquillaje, presentados por ídolos de la música, la ropa, etc. Todo se reúne bajo el concepto *Hallyu*.

Es común que los actores sean capaces de cantar bien y que los actores se defiendan bien en el área de la música.

Sin embargo, no es que todo el arte de estos dos países se resuma en la música y en los doramas.

Es conocida la influencia que han ejercido - en el cine mundial- directores como Kim Ki-duk y Akira Kurosawa. Pero ellos parecieran ser, aún, importantes para un cierto círculo de fanáticos. De hecho, Chile no es un gran consumidor de cine asiático.

1.3. Adopción de occidente en oriente: Sincretismo en el siglo XXI.

Cuando se piensa en países asiáticos como Japón, inmediatamente se remite a la tecnología. Ésta, ha pasado a ser parte de la cultura asiática.

En el texto “Multitudes Inteligentes: la próxima revolución” de Howard Rheingold, se da cuenta de lo anterior tras la observación del autor:

“Cuando empecé a observar el uso del teléfono móvil en Tokio, descubrí que el Cruce de Shibuya era la zona con mayor densidad de teléfonos móviles del planeta: el 80% de las 1.500 personas que cruzan la bulliciosa explanada con cada cambio de semáforo lleva un teléfono móvil” (Rheingold, 2002:19).

Sin embargo, esto convive con las tradiciones milenarias como el bushidō que es donde muchas filosofías orientales llegaron a desembocar. Esta tradición

permanece en el presente en Japón junto al desarrollo tecnológico. Es por esto que el país nipón se encuentra en una constante contradicción.

El bushidō fue un término propio de los samurái y de la época feudal de Japón. Estos guerreros pertenecían a una casta social dueña de un gran respeto:

“Los samuráis fueron la clase social con más poder en Japón durante siglos. A partir del siglo XII, la clase guerrera, conocida en japonés bushi o samurái, empezó a tener poder dentro de la estructura social e incluso poder político. Los samuráis seguían una forma de vida, una ética, unas reglas, un código, que durante los años se ha extendido a todas las ramas de la sociedad y aún hoy en día afecta a la forma de pensar de todos los japoneses. Este código es conocido como bushido (...)” (García, 2012: 16).

Los samurái no se llamaban a sí mismos de esa forma, sino que entre ellos acuñaban el término bushi. Ya que la palabra “Do” en japonés significa camino y “bushi” se traduce como “caballero armado”, es posible decir que la palabra completa se puede traducir como “el camino del guerrero” o “el camino del guerrero armado”.

Este código ético exigía seguir ciertas conductas que decían relación con la lealtad, el honor y la muerte como un camino. El samurái, entonces, debía servir a un señor e incluso abrazar la muerte. Si el guerrero faltaba a su honor, este sería “recobrado” ritualmente a través del “seppuku” que consistía en un suicidio ritual. Esta práctica se conoce en occidente como “harakiri” pero son sinónimos.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el código del guerrero se extendió a toda la población y algunos de sus principios fueron bastante trastocados, puesto que era un ideario que sólo pertenecía a las familias nobles y que no podía ser practicada por toda la población.

Hasta nuestros días, la influencia del bushidō persiste: “(...) la forma de pensar heredada del bushido sigue muy presente en la sociedad japonesa, en la mente de los japoneses, en las familias, en las empresas y en Japón en general. Los japoneses son leales, honrados, sinceros y disciplinados en la empresa, siguen las reglas e intentan mejorar cada día al igual que los samuráis en sus tiempos. Quizás el bushidō es una de las razones que ha ayudado a levantar el país varias veces después de la destrucción en los últimos 150 años” (García, 2012: 16).

“Los principios del sintoísmo cubren los dos rasgos predominantes de la vida emocional de nuestra raza: el patriotismo y la lealtad” (Nitobe, 2010: 39).

Sin embargo, aunque el patriotismo se encuentra arraigado socialmente, no se le ha dado importancia preponderante a las relaciones humanas. Esto, pensando en que para que exista patriotismo –y que sea un sentimiento nacional- es necesaria la existencia de una unidad. En el caso de Japón, pareciera ser que el individualismo ha desplazado “la necesidad de convivir con el otro”.

En el libro “Bushido: El espíritu de Japón”, Inazo Nitobe aseguró que “(...) Como si se tratara de un poder inconsciente e irresistible, el bushido ha sido el motor de la nación. (...) De forma tácita, el bushidō era, y aún es, el espíritu animador, la fuerza motriz de nuestro país” (Nitobe, 2010: 140-141).

Y si bien ha pasado un siglo desde que el autor escribió estas palabras, es claro el nivel de autocontrol del cual habla el autor y que está presente hasta nuestros días. Eso, se hace evidente cuando se analiza a Japón en cuanto a la vida sexual de los individuos. En el mundo de hoy suelen reprimirse y llevar ese autocontrol a un nivel que, desde la óptica occidental, es insano.

Puede ser que el autocontrol, heredado del bushidō, sea uno de los causantes de que haya cierto prejuicio ante esta nación.

El autocontrol generado a partir de este modo de pensamiento – que reúne a muchos otros como el budismo y el sintoísmo- trae consigo la necesidad de autocontrolar los impulsos. Se trata de una especie de estoicismo, según lo que señaló Nitobe hace aproximadamente un siglo.

Sin embargo, el autor afirma que “<<aparente estoicismo>> porque no creo que el verdadero estoicismo se pueda convertir nunca en la característica de toda una nación (...) algunas de nuestras formas y costumbres pueden parecer insensibles para un observador extranjero. (...) en realidad somos tan sensibles a las tiernas emociones como cualquier otra raza bajo el cielo” (Nitobe, 2010: 97).

Siguiendo la lógica expresada por el autor, se pueden identificar ciertos rasgos propios de la sociedad nipona actual y que fueron heredadas a partir de una apropiación de esto por parte de toda la sociedad de Japón.

Nitobe, ya hace cien años, daba cuenta de un comportamiento que es muy propio de esta nación: “Imagínese a los chicos- y chicas también-, educados para no

recurrir a las lágrimas ni a la expresión de ninguna queja para aliviar sus sentimientos. Existe un debate fisiológico sobre si tal esfuerzo endurece sus nervios o los hace más sensibles (Nitobe, 2010: 97-98).

Además, esta costumbre no sólo afectó el comportamiento de los hombres, sino que también el de la mujer. Es verdad, la mujer se dedicaba a las labores domésticas, pero igualmente se les enseñaba a controlar sus sentimientos y a manejar armas.

El control de los deseos y el reprimir los sentimientos rige a los japoneses. Sin embargo, fue el bushidō lo que los ayudó a reconstruirse como nación muchas veces. Han pasado por guerras y por terremotos devastadores y siempre se manifiestan de una forma fuerte: no parecen ser muy demostrativos y es por esto que occidente suele verlos como una cultura muy seria e, incluso, fría. Sin embargo, pareciera ser que ellos no se ven a sí mismos de esa forma. Simplemente, el jolgorio no es parte de su nación, – a diferencia de lo que sucede con los países latinoamericanos- ya que la felicidad se expresa a través de una actitud de calma y de silencio. Según la lógica del bushidō, ninguna pasión debe afectar a la serenidad del sujeto. Además, de que pareciera ser que “el sentido del honor” es importante.

Japón es un país que tiene a sus habitantes con los pies demasiado puestos en la tierra. Tanto, que es posible espantarse. Y estos rasgos son observables en sus producciones: los hombres tienden a hablar sobre el honor e, incluso, se manifiestan fuerte ante las mujeres.

Con la adopción del budismo en esta forma de vida practicada por estos guerreros milenarios, solían tener una actitud apacible. Existía una gran confianza en el destino, un “desdén ante la vida” como lo señala Nitobe. Este conjunto de valores le daba a la nación nipona una visión de los samurái que se relacionaba con la arrogancia. Y, pareciera ser, que esta característica es observable en los habitantes de este país.

El patriotismo generado a partir de la propagación de la filosofía del guerrero, ha generado la existencia de un mercado fuerte interno y ha llevado a Japón a convertirse en un país cerrado. Al parecer, es por esto que los nipones no tienden a producir para el extranjero.

2. Resultados de Investigación.

En este capítulo se presentarán los resultados de investigación, sobre la comparación entre dos versiones del manga/anime Hana Yori Dango. Todo esto, con el fin de establecer diferencias culturales entre Corea del Sur y Japón.

En esta tarea, se pudo llegar a clasificar los resultados a través de tres categorías: violencia, género y rasgos culturales. Respecto a otras categorías, que presentan una menor relevancia, también se podrá observar un análisis más acotado.

Para el análisis se tomaron en cuenta nueve capítulos de cada una de las versiones y que son comparables en cuanto al desarrollo de la historia y ciertos que van formando la trama de Hana Yori Dango. En el caso de la versión japonesa, se tomó en cuenta toda la primera temporada. Sin embargo en el caso de la versión coreana se eligieron sólo nueve capítulos que se seleccionaron de acuerdo a lo acontecido en la versión nipona.

Las categorías (violencia, género y rasgos culturales) presentan, a su vez, subcategorías que se desprendieron a través de los resultados obtenidos gracias a un focus group y el análisis y comparación de escenas.

Los resultados se encuentran analizados e interpretados de acuerdo a las tres categorías y a las subcategorías.

2.1. Descripción de los personajes.

Casi todos los personajes se encuentran representados en las dos versiones por su alter ego. Lo que cambia, dice relación con el país de donde proviene la versión y algunas formas de actuar. Sin embargo, las principales características se mantienen:

Domyouji Tsukasa / Goo Jun Pyo: Heredero de la empresa Domyouji / Shinhwa. Tiene 18 años aproximadamente y es el líder de los F4; grupo de cuatro chicos herederos de las fortunas más grandes del país (Japón o Corea del Sur) y que son autoridad en la escuela de Elite Eitoku/Shinhwa. Tuvo una infancia marcada por la soledad debido a que sus padres se encontraban ocupados sacando adelante una empresa que, en esta historia, es la número uno del país (Japón o Corea del Sur respectivamente). Es dueño de un orgullo que valida a través del dominio sobre los otros. Presenta rasgos clasistas y es violento. Sin embargo, detrás de toda esa aparente frialdad se esconde un adolescente que está pidiendo ser amado.

Es consciente de la responsabilidad de ser el heredero de la empresa que sostiene la economía de su país. Sabe que es importante y recalca continuamente que lo es.

Makino Tsukushi / Geum Jan Di: Proveniente de una familia de bajos recursos económicos. En el caso de este personaje, Makino Tsukushi asiste a Eitoku debido al esfuerzo de sus padres, y esto coincide con lo que acontece en la versión animada. Sin embargo, Jan Di ingresa a la Escuela Shinhwa tras salvar del suicidio a un chico que es víctima de bullying por parte de los F4 y sus secuaces. Debido a que esta historia se hace pública, la madre de Jun Pyo decide becarla. Se puede señalar, entonces, que Jan Di ingresa a Shinhwa gracias a sus propios méritos- concepto que se utiliza mucho en Corea del Sur- y que, por el contrario Tsukushi asiste a Eitoku debido a la presión de sus padres. Ante esta decisión familiar, el personaje de la versión japonesa no puede hacer mucho.

Makino Tsukushi/Geum Jan Di, decide enfrentarse a los F4 tras la violencia que aplica/Goo Jun Pyo en contra de la única amiga que ha hecho en la escuela. Tras esto, el personaje es víctima de bullying pero no da su mano a torcer. Debido a esta fuerza, enamora sin querer a Tsukasa/Jun Pyo, el victimario, quien es amigo del F4 que le llama la atención en materia amorosa: Hanazawa Rui/Yoon Ji Hoo. Durante la historia, la protagonista lucha por opacar los sentimientos que van surgiendo hacia Tsukasa/Jun Pyo. En cierta forma, Rui/Ji Hoo es su “alma gemela”, mientras Tsukasa/Jun Pyo es su amor verdadero.

Hanazawa Rui/Yoon Ji Hoo: Es uno de los F4. Es un joven bastante tranquilo y pasivo que tiende a no hablar mucho, pero cuando lo hace tiende a hacerlo con un dejo de ironía. Posee una personalidad totalmente opuesta a la de su mejor amigo, protagonista Joon Pyo/Tsukasa. Siendo muy introvertido, se comunica con

el mundo a través de su violín. A pesar de que parece vivir “en su propio mundo” y no interesarse en los otros, siempre está en el momento justo para ayudar a sus amigos.

Matsuda Shota/So Yi Jung: Es el miembro de los F4 denominado como “playboy”. Le encantan las mujeres y la vida nocturna, por lo que en la serie se le puede ver cómo sale con distintas chicas y concurre a fiestas a altas horas de la noche. A pesar de mostrarse de esta manera la mayor parte del tiempo, este personaje le cuesta abrir su corazón a las demás personas.

Mimasaka Akira/Song Woo Bin: Es el segundo playboy de los F4, después de Shota. Le encanta conquistar a mujeres mayores y, al igual que el resto de los F4, proviene de una familia adinerada. Podría decirse que el rol de este personaje es el de menos relevancia para la trama principal de la serie.

2.2. Matriz descriptiva por categorías y subcategorías.

2.2.1. Categoría 1: Rasgos culturales.

Mediante la observación y análisis de ambas series es posible establecer ciertas características y rasgos que resultan propios de la cultura de cada una de las naciones (la japonesa y la coreana). De esta forma, puede describirse -a través de delineamientos generales- cada una de dichas culturas.

Subcategoría 1.1: Rasgos propios de la cultura.

1.1.1: El orgullo.

El orgullo se encuentra principalmente presente en la versión nipona. Domyouji Tsukasa recalca, en más de una ocasión, que de él depende la economía de Japón. En resumen, “si dañás a Domyouji, dañás a Japón”. Y como el japonés común y corriente suele ser nacionalista, la reacción inmediata ante aseveraciones como estas es la de simplemente acatar. Ahora bien, Tsukushi Makino cuestiona esto. Ahora bien, no queda claro si el protagonista de la versión nipona está orgulloso de ser simplemente él mismo o de pertenecer a su familia. Pareciera ser que su ego solamente dice relación con su propia persona.

1.1.2: El mérito.

Diálogo capítulo 13 / versión coreana.

(En la primera escena de este capítulo se puede ver a dos presentadores de noticias hablando acerca de la exitosa carrera del padre de Joon Pyo).

-Presentador de noticias en la televisión: Estas son las noticias más recientes. El grupo Shinwha se encuentra en una situación alarmante debido a la muerte de su presidente Bon Joon Bo. La situación es crítica ya que se anunció la construcción dos nuevos hoteles.

-Presentadora de noticias en la televisión: La mesa directiva aprovecha el momento y planea un ambicioso proyecto de nivel mundial. Pero la noticia que

impactó al mundo es que la persona que está a cargo de este importantísimo proyecto es el heredero del grupo Shinhwa, Jun Pyo.

En cuanto a la serie coreana, es posible apreciar que los personajes se encuentran permanentemente en la búsqueda del “honor” y el “éxito”, como fruto del trabajo duro y el esfuerzo. Es por esto que, en la cultura coreana suele ser valoradas especialmente aquellas personas que han progresado en la escala social, mediante el uso de sus capacidades y a través de un trabajo arduo y persistente.

En cuanto a la serie japonesa, el “mérito” de una persona no es algo tan importante. La cultura japonesa, de acuerdo a lo visto en la serie, tiende a darle más importancia a otros valores como el orgullo e, incluso, al linaje.

1.1.3: El respeto a la autoridad.

Existe un respeto hacia la figura de autoridad, sea esta social, económica, institucional o de otra índole. Tanto las personas mayores como aquellas que se encuentran en rangos superiores, suelen ser respetadas por los distintos personajes de las series. Esto se vuelve aún más evidente debido a que la mayoría de los protagonistas de las series son adolescentes, por lo que continuamente deben enfrentarse a autoridades tales como padres, jefes, abuelos, profesores, etc.

El personaje de Jun Pyo/Tsukasa, a pesar de desaprobador los ideales y modos de su madre, actúa siempre con cautela e intentando no desobedecer sus órdenes.

Sin embargo, cuando éste comienza a salir con Jan Di/Makino, inevitablemente, comienza a contrariar los deseos de su madre y, por tanto, se encuentra en una posición desagradable.

Debido a que, tanto en Corea del Sur como en Japón, el nivel de autoridad pareciera estar ligado a la situación socioeconómica del individuo, puede observarse que existe un gran respeto por aquellos que han logrado ascender en la escala social.

Es curioso que en las dos versiones no haya un gran respeto por la figura del padre de Tsukushi Makino/Geum Jan Di. El padre de la protagonista es una persona que suele apostar y que no lleva una vida completamente digna. Además, depende monetariamente de su esposa en algunas ocasiones. Es posible decir que se intenta justificar, o suavizar, la falta del respeto hacia las personas de bajo poder adquisitivo recalcando que el padre no posee todos los valores dignos como para ser respetado fuera de su hogar. Por otra parte, el respeto de sus hijos hacia él está siempre presente. Sin embargo, es la sociedad la que lo condena respecto al nivel de autoridad que puede ejercer como adulto.

De cierta forma, una cosa es lo que sucede dentro del hogar, pero el panorama no tiene por qué ser igual fuera de éste.

2.2.2. Categoría 2: Violencia.

En las escenas analizadas de las dos series pudimos detectar escenas en donde se abordan tópicos relacionados con el clasismo (agresiones derivadas de las diferencias de clases socioeconómicas), el bullying (agresiones físicas y psicológicas) y la violencia de género.

Subcategoría: 2.1 Clasismo.

Diálogo capítulo 10 / versión coreana.

Mamá de Jun Pyo: Parecen que están sorprendidos con mi visita.

Mamá de Jan Di: No en absoluto. El joven Jun Pyo...lo que quiero decir es que ya nos hemos acostumbrado gracias a él.

Mamá de Jun Pyo: ¿Jun Pyo ha estado antes aquí?

Mamá de Jan Di: Sí, por supuesto. No sólo ha venido sino que ha dormido aquí también.

Papá de Jan Di: Hicimos Kimchi y fuimos a los baños públicos.

Mamá de Jun Pyo: Iré al grano. Creo que cuando una persona nace tiene obligaciones que tiene que cumplir. Jun Pyo es un chico que tiene que encargarse no sólo de Corea o Asia, sino que de todo el mundo.

Papá de Jan Di: si por supuesto ¡El renombrado Shinwa group!

Mamá de Jun Pyo: Haré todo lo que esté a mi alcance y es mi deber de madre hacer que así sea. Y criar a Jan Di, madre...

Mamá de Jan Di: ¡Si, ese es mi deber! Criar a Jan Di como buena pareja para el amo Jun Pyo. Haré todo lo posible.

Mamá de Jun Pyo: eso no es lo que quise decir...quiero decir que un campo de golf la Jan Di [Jan Di significa hierba]. ¿Sabes qué se necesita para que crezca un buen pasto? ...sacar la mala hierba. Lo que no debe estar cerca y que le hace más mal que bien al pasto, se tiene que sacar desde la raíz.

Mamá de Jan Di: ¿Quiere decir que mi hija Jan Di es una mala hierba?

Mamá de Jun Pyo: Estoy contenta que entiendan lo que estoy diciendo. Por lo general, para matar a la “mala hierba” se necesita un herbicida venenoso.

Diálogo Capítulo 6 / Versión Japonesa

La mamá de Domyouji Tsukasa llega a la casa de la protagonista con dos guardaespaldas que cargaban valijas negras y un mayordomo.

- Mamá de Tsukasa: ¡Muéstrenle eso!

- Mayordomo: ¡Steve! ¡Vincent! (se dirige a los guardaespaldas).

[Los mayordomos abren las dos valijas negras y dejan a la vista el dinero que contenían].

- Familia de protagonista: ¡Oh!

- Mamá de Tsukasa: Seré franca con ustedes. Ahí hay trescientos millones de yenes.

- Familia de protagonista: ¿Trescientos millones?

- Mamá de Tsukasa: con esto me gustaría que Tsukushi-san renunciara a Tsukasa por completo.

- Mayordomo: Perdone por ser tan descortés, pero parece ser que su familia tiene problemas financieros.

- Papá de Tsukushi: Es cierto...

- Tsukushi: ¡papá!

- Mamá de Tsukaksa: como ya saben, Tsukasa tiene un futuro brillante, no quisiera que tropezase con una pequeña piedra en el camino. Por favor, acepten esto.....No me digas. ¡Estás realmente enamorada de él! (lo dice en tono irónico hacia la protagonista y entre risas) Si solo estuvieras tonteando no habría problema.

- Mayordomo: Mi señora está tratando de decir que su hija es la única que saldrá herida.

[Mamá de Tsukushi va hacia la cocina y toma un recipiente. Luego se dirige hacia la madre de Tsukasa y le derrama el recipiente en la cabeza, el cual contenía sal]

- Mayordomo: ¿Qué hace?

- Tsukushi: ¡Mamá!

- Mamá de Tsukushi: [dirigiéndose a la mamá de Tsukasa y con tono de molestia]

Por favor, coja su dinero y váyase a casa. ¿Cómo se siente cuando un hijo suyo es insultado delante de usted? ¿Es que la gente rica no tiene sentimientos?

- Mamá de Tsukasa: [se sacude la cabeza que tiene cubierta de sal y prueba un poco de sal que quedó en el guante de su mano] ¡Salado! Así que así como van actuar ¿no?

- Mamá de Tsukushi: Y si vuelve a molestarnos, ¡la cubriré entera de sal!

-Mama de Tsukasa: Discúlpeme por haber venido esta noche. [Le da un empujón a la madre de - Tsukushi cuando se retira de la casa]

[Una vez que la madre de Tsukasa se retira, la mamá de Tsukushi cae rendida al suelo de rodillas, agotada emocionalmente por enfrentarse a un personaje más poderoso que ella económicamente].

Subcategoría: 2.2 Bullying.

Diálogo capítulo 2/Versión coreana.

(En el escenario de una fiesta de gala, Jan Di es engañada por compañeras de clases y puesta en ridículo, luego de que ellas le mintieran a Jan Di, diciéndole que la fiesta era disfraces, cuando -en realidad- se trataba de una fiesta de gala).

- Jan Di: ¿Cómo pudiste confiar en ellas Jan Di? ¿Eres una idiota?

- Compañeras de clases: ¡Jan Di!

- Jan Di: ¡ustedes!

- Compañeras de clases: You are late (...) ¿Por qué no te quitaste el abrigo? ¿No tienes calor?

- Jan Di: ¡No tengo calor! Por los vientos marinos estoy realmente fría.

- Compañeras de clases: ¡Ah! ¿Es eso verdad? Date prisa y quítate el abrigo.

¿Por qué no le se lo sacamos por ella?

(Las compañeras de clases comienzan a tironear el abrigo con el que Jan Di intentaba esconder su disfraz. Se produce un forcejeo. Finalmente, logran sacarle el abrigo y Jan Di cae desplomada al suelo enseñando su disfraz de mujer maravilla).

- Risas de los asistentes (Todos los presentes observan a Jan Di tendida en el suelo con su disfraz y comienzan a reírse de ella).
- Compañeras de clases: ¿Qué es esto? ¿No es la mujer maravilla? (en tono sarcástico). Si no tenías vestido podrías habernos dicho. Sé que es tu forma de resaltar, pero esta no es la forma de hacerlo, plebeya. ¿Es esta la forma en que los pobres se divierten últimamente?
- Risas de los asistentes y se escucha decir ¡Ay Dios! ¡La mujer maravilla!

Diálogo capítulo 2 / Versión japonesa:

Tsukushi Makino asiste a la celebración de bienvenida a Todo Shizuka. Es engañada por las tres chicas populares que suelen molestarla. Es por esto que la protagonista asiste a la reunión con ropa normal, siendo que la fiesta era de etiqueta.

Tsukushi Makino camina hacia la entrada:

- Tsukushi Makino: Qué hermoso...

(Tsukushi Makino entra a la sala. Todas las personas se encuentran vestidas de forma muy elegante. Ante esto, ella esboza una expresión de asombro y entra tímidamente a la sala. Los asistentes producen sonidos de impresión y la miran de pies a cabeza. También se burlan de ella).

- Compañera de clase 1: ¡Makino! ¡Llegas realmente tarde!
- Compañera de clase 2: ¿Por qué vienes vestidas de esa manera?

- Compañera de clase 3: ¿Por qué no traes un traje de noche?
- Makino Tsukushi: Pero, ¿No me habían dicho que podía vestirme como yo quisiera?
- Compañera de clase 1: Oh, eso. Sólo bromeábamos.
- Compañera de clase 2: Incluso traes una flor.

(Risas de las tres)

Compañera de clase 1: Bueno. Tu ropa realmente no importa. Ánimo.

- Asistentes: ¡El F4 ha llegado!

(Suspiros de fanáticas. La multitud abre camino para la entrada de los chicos populares)

- Las tres compañeras de clase: ¡Son tan atractivos!

(Cambio de escena. Tsukushi Makino come cerca de la piscina)

- Hombre asistente: ¿Tú eras compañera de clase de Shizuka?

- Tsukushi Makino: No, yo...

- Hombre asistente: Eres muy original...única.

- Tsukushi Makino: ¿De verdad?

- Compañera de clase 1: La verdad es que ella es única. Es famosa por ello en el colegio.

-Compañera de clase 2: Incluso se ha acostado cinco veces con hombres.

(Risas de las tres compañeras)

- Hombre asistente: Ya veo...

(El hombre se va)

(Risas de las tres compañeras)

- Tsukushi Makino: Así que fueron ustedes las que escribieron aquello.
- Compañera de clase 1: Qué estás diciendo...
- Compañera de clase 3: ¿Cómo puedes sospechar de tus amigas?
- Compañeras de clase (a coro): No estamos de acuerdo.
- Tsukushi Makino: Mira quién no fue a estar de acuerdo. ¿Qué les he hecho yo?
- Compañera de clase 1: Eres algo ofensivo para la vista. Siempre persiguiendo a Hanazawa. Con ánimos de ser las mujeres adecuadas para los F4, tenemos que gastar grandes cantidades de tiempo y dinero. ¡No estamos al mismo nivel que tú!
- Compañera de clase 1: Además, ¿cómo puede alguien como tú asistir a nuestra escuela?
- Compañera de clase 3: ¡Si eres pobre deberías irte!
- Tsukushi Makino: ¡Eso a ti no te importa!
- Compañera de clase 1: Por favor, vete ahora. Si no quieres que tu querido Hanazawa se ría de ti.
- Compañera de clase 3: Pero estoy segura de que Hanazawa Rui no se preocuparía nunca de chicas como ella.

Subcategoría: 2.3 Violencia de género.

Capítulo 11 / Versión coreana.

- Jun Pyo: ¡suéltale la mano! [Se dirige a medio hermano de él, quien le sostenía fuertemente la muñeca de Jan Di].

- Jan Di: ¡Jun Pyo!

- Jun Pyo: Como si las fotos no fueran suficiente....Ahora me estás evitando por una basura como esta.

- Jan Di: Joon Pyo...no es así...

- Jun Pyo: Jan Di, has crecido mucho. ¿Qué? ¿Ahora que estás en una revista piensas que eres la suficientemente buena para ser modelo? Dime, ¿él es la razón por la cual no fuiste conmigo a Japón?

- Jan Di: Discúlpame por mentir, yo me equivoqué. Lo voy a explicar, es que....

Medio hermano de Jun Pyo: Es gracioso...para ser la chica de la que estás enamorado y no tener confianza en ella. Antes de ponerte celoso ¿no deberías entender primero en qué situación se encuentra tu novia?

[Jun Pyo comienza a golpear frenéticamente a su medio hermano hasta dejarlo en el suelo y sangrando].

- Jan Di: Detente. Detente, por favor. Él es alguien que me ayuda afuera de la escuela. Y en la escuela, es el único con el que puedo compartir mis pensamientos.

- Jun Pyo: ¡¿El único?! [Jun Pyo toma por el cuello de la camisa a Jan Di y la levanta hacia él.]

¡Dilo de nuevo! ¡¿Quién es él para ti?! [Aprieta más el cuello de Jan Di].

- Jan Di: No puedo respirar.

- Jun Pyo: ¡dilo!

- Jan Di: es muy duro...sólo no volvamos a hacer esto.

- Jun Pyo: ¡Hey, Jan Di!

- Jan Di: quiero volver el tiempo antes de que conociera el F4 y Goo Joon Pyo.

[Jun Pyo la vuelta, da media vuelta y se va].

En el caso de la versión japonesa no es posible encontrar una escena en la que se muestre una violencia física hombre-mujer como en la coreana. En la serie japonesa no existe violencia física entre los protagonistas, sin embargo, en la coreana, una escena de celos por parte de Jun Pyo, culmina en violencia física hacia Jan Di. En la versión japonesa, existe violencia física entre personas del mismo género y, en algunos casos, violencia verbal. La violencia expresada en la versión nipona suele ser más cruda en riñas hombre-hombre. Además, a veces la violencia no tiene justificación (como una escena en la que Domyouji Tsukasa golpea a un hombre en la calle que desea hacerles unas preguntas a Tsukushi Makino y sólo por mirarla. El hombre en cuestión le habla de manera respetuosa a la mujer y recibió un golpe por parte de Tsukasa. Cuando la protagonista le pregunta a su cita el porqué del golpe, él le contesta que ella sólo debe mirarlo a él. La violencia, este caso, es producto de celos que en la realidad no deberían existir. La violencia pasa a ser injustificada).

2.2.3. Categoría 3: Género.

A través del análisis de los capítulos seleccionados de cada serie, se pudo observar que cada una de éstas construye un imaginario particular para la figura del hombre (lo masculino) y la mujer (lo femenino). Por otra parte, es posible definir las relaciones interpersonales que se dan entre la mujer y el hombre en cada una de las culturas analizadas.

Para finalizar esta categoría se quiso agregar al análisis, además, la subcategoría “El Playboy”. Esto, debido a la preponderancia que se le da a la figura de este individuo en cada una de las series.

Subcategoría 3.1: El hombre.

Es recurrente en las dos series, que el hombre se muestre como una persona que no necesita de los demás. Sin embargo, esto sólo sucede en el ámbito externo del sujeto masculino. Por dentro, aunque no se demuestre exponiendo la consciencia de Domyouji Tsukasa/Goo Jun Pyo, es notorio que el protagonista vive luchas internas. Frases como “el heredero de Shinhwa no necesita amigos” -dicha en el capítulo nueve de la versión surcoreana por la madre del protagonista- son habituales. Domyouji Tsukasa/Goo Jun Pyo ha sido criado para la imagen de “hombre fuerte”. Sin embargo, en las dos producciones asiáticas se presenta al personaje como un ser carente. El heredero busca el aprecio de la protagonista, y en el transcurso de la historia se hace más presente, y más evidente, la soledad en la que vive.

Se puede afirmar que se intenta justificar la violencia constante del protagonista a través de su historia de vida. En cierta forma, el personaje de Tsukasa / Jun Pyo pasa a ser una especie de víctima del sistema en el que nació. Y no sólo eso, además debe sortear las dificultades que se le presentan al enamorarse de una persona que pertenece a otra clase social.

El hombre mujeriego es mostrado con mucho sex appeal - sobre todo en la versión coreana- , y su comportamiento es justificado a través de las historias de vida, mucho más ahondadas en la versión coreana en el personaje de X/So Yi Jung, y en el poder que da el dinero y cómo éste es un factor determinante a la hora de conquistar mujeres.

Subcategoría 3.2: La mujer.

La mujer, tanto en la versión coreana como en la japonesa, se encuentra construida como una figura caracterizada por su femineidad, ingenuidad, perseverancia y diligencia. Además, a través de los distintos capítulos, es posible apreciar que las mujeres parecieran estar relegadas a un segundo lugar ante la figura del hombre. Debido a esta situación, la mujer suele mostrarse sumisa y obediente en muchas de las escenas.

El personaje de la protagonista, Jan Di/Makino, introduce, por su parte, una nueva visión acerca de lo que -tradicionalmente en estas culturas- ha venido siendo la mujer. Jan Di/Makino, dejando de lado el carácter sumiso que caracteriza a la mayoría de las mujeres asiáticas, intenta sobreponerse a distintas adversidades y conflictos con audacia y valentía, lo que -en muchas ocasiones la lleva a enfrentamientos directos con miembros del sexo opuesto. Jan Di es delineada como una mujer “fuerte” y “autosuficiente” capaz de sobrevivir sin la presencia de un hombre a su lado.

En ambas series, uno de los principales roles es el que desempeña la madre del protagonista. Ella es perfilada como una mujer que, a sus cincuenta años, se encuentra dirigiendo una de las empresas más importantes de Corea del Sur.

A través de ella, se introduce la figura de la mujer “empoderada y exitosa”, es decir, aquella mujer que ha logrado desarrollar con éxito una carrera profesional y ha logrado obtener el reconocimiento de sus pares.

Subcategoría 3.3: Skin Touch.

Diálogo Capítulo 4/versión japonesa.

(Tsukushi Makino y Tsukasa quedan atrapados en un ascensor)

- Tsukasa: ¡Sube! [Mientras se pone en cuclillas con la intención de que Makino se suba a sus hombros y logra abrir la ventanilla del techo del ascensor]

- Tsukushi Makino: ¡¿eh?!

- Tsukasa: súbete a mis hombros

- Tsukushi Makino: Estas de broma... ¡Qué me suba a tus hombros!

- Tsukasa: ¡¿Por qué eres tan tímida ahora?!

- Tsukushi Makino: No es eso, no estoy siendo tímida.

- Tsukasa: Entonces, ¡Súbete! ¡Deprisa!

- Makino: ¿qué haces?

[Tsukasa toma a Makino y se la sube a sus hombros]

- Makino: [entre chillidos de temor] Para, para, detente... (Makino comienza a golpear la cabeza de Tsukasa para que la baje de sus hombros)

- Tsukasa: Eso duele

[Finalmente Tsukasa y Makino logran subir al techo del ascensor, pero Tsukasa no puede resistir las ganas de hacer sus necesidades por lo que se va hacia una esquina]

- Tsukasa: ¡No puedo aguantar más!

- Makino: ¡¿Qué haces?! ¡Pervertido!

- Tsukasa: ¡tengo que “soltar”! (Mira hacia otra parte)

- Makino: ¡Qué asco!

(Ambos regresan al interior del ascensor al no poder salir por el techo de éste)

- Tsukasa: ¡Makino! (lo dice con tono bajo, mientras aproxima su cuerpo hacia el de Makino)

- Makino: ¿qué haces? (lo dice muy asustada al ver que Tsukasa se aproxima a ella] ¡Para! Si intentas algo extraño, jamás te perdonaré... (Lo dice mientras intenta cerrar su chaqueta con las manos).

(Makino se pone a gritar mientras ve como Tsukasa se aproxima a ella con una mirada extraña. Cuando, finalmente, Makino se saca a Tsukasa de encima, puede notar que éste había caído desmayado producto de una fiebre).

Diálogo Capítulo 4/Versión coreana.

(Jun Pyo y Jan Di quedan atrapados en un teleférico)

- Jan Di: Deberíamos estar adentro.

(Tos y sonidos de frío por parte de los dos personajes. Jan Di se sienta cerca de Jun Pyo y luego se pone de pie)

- Jan Di: Hey. Muévete para allá.

- Jun Pyo: No.

(Jan Di se resigna y se sienta, nuevamente, cerca de Jun Pyo. Tos de Jun Pyo todo el tiempo)

- Jan Di: Lo siento.

- Jun Pyo: ¿Qué?

- Jan Di: Lo siento. Es mi culpa que estés pasando todo esto.

- Jun Pyo: Finalmente te diste cuenta.

(Jan Di cambia de actitud y en su rostro se hace evidente su molestia ante la falta de humildad de Jun Pyo).

- Jan Di: Pero, ¿por qué un chico rico como tú hizo algo así? Esperando a alguien en la nieve por cuatro horas. Acaso, ¿nadie en tu hogar te dijo algo al respecto? Mayordomos, seguridad, choferes... ¿Qué están haciendo?

- Jun Pyo: Los dejé irse.

- Jan Di: ¿Por qué?

- Jun Pyo: Traté de hacer las cosas por mí mismo, al nivel de un plebeyo.

- Jan Di: (Ironizando) ¡Qué sacrificio!

- Jun Pyo: Oye, Jandibaht (palabra que traducida significa “césped”).

- Jan Di: (Fuerte). ¡Qué!

- Jun Pyo: ¿Puedo decirte la verdad?

- Jan Di: ¿Qué verdad?

(Jun Pyo comienza a acercarse a Jan Di sin decir palabras y muy serio).

- Jan Di: ¿Qué es?

(Jun Pyo se acerca cada vez más a Jan Di).

- Hey, dilo desde allí. (Jan Di está muy nerviosa).

- Jun Pyo: Yo...uhm...ahora. (Jun Pyo sigue acercándose a la protagonista).

- Jan Di: ¿Eh?

(Jun Pyo “cae” encima de Jan Di. Ella se encuentra un poco desesperada).

- Jan Di: Tú, bastardo. ¡Pervertido! ¿Realmente quieres hacer esto en esta situación? ¡Aléjate de mí! Yah. ¿No te vas a bajar?

(Jun Pyo no responde y sigue apoyado sobre Jan Di).

- Jan Di: Si no te bajas a la cuenta de tres, entonces te voy a hacer bajar. Uno, dos, dos y medio, dos, ¡tres!, ¡tres!, ¡tres!, ¡tres! Este idiota...

(Jan Di empuja a Jun Pyo y éste se golpea. El protagonista comienza a toser. Se encuentra enfermo. Jan Di se da cuenta de la situación. Comienza a tocarlo muy incómoda para saber si está bien. Lo observa y toca su frente. Luego de eso, ella decide ayudarlo).

Subcategoría 3.4: El Playboy.

La figura del playboy está presente en la serie y es encarnada, principalmente, por el personaje de Nishikado Soujiro/So Yi Jung. A través de los capítulos puede verse como este personaje “rompe” el corazón de varias jovencitas, de forma fría e inescrupulosa. Sin embargo, a pesar de que sus acciones parecieran demostrar que es un sujeto que le gusta “jugar” con las mujeres y que no posee conciencia del daño que ocasiona, puede vislumbrarse que aquello sería una “pose” o “máscara” tras la cual ocultar su propio corazón, de manera de que nadie pueda acceder a sus sentimientos y, por lo tanto, hacerle daño.

Además de este personaje hay variadas escenas en las que se puede observar como los hombres “juegan” con los sentimientos de las mujeres, denigrándolas y posicionándolas en un nivel inferior al de ellos.

Diálogo capítulo 10/Versión coreana.

- So Yi Jung: Ga Eul, ¿qué te trae por aquí?

- Chu Ga Eul: La cosa es... yo sólo...
- Chica 1: Jung, debe haber venido a traerte chocolates.
- So Yi Jung: ¿Hoy es día de San Valentín?
- Chica 2: Señorita, su nariz está roja. Debiste de esperar mucho.
- So Yi Jung: Ga Eul, ¿por qué no tomas por lo menos una taza de té?
- Ga Eul: No, está bien...
- Chica 2: No seas así, entra.
- So Ji Jung: Deja los tuyos ahí también.
- Chu Ga Eul: Disculpen, me voy primero.

(So Ji Jung sale a buscar a Chu Ga Eul)

- Chu Ga Eul: Déjame ir por favor.
- So Ji Jung: Es por eso que las chicas bonitas son molestas. Ga Eul, escúchame bien. Lo que pasó ayer fue sólo actuación. Es problemático si tú lo malinterpretas. Te guardaré esto hasta que conozcas a la persona adecuada. Gracias.

2.3. Análisis e interpretación hermenéutica de los resultados de la investigación.

2.3.1. Violencia.

La violencia, tanto directa como indirecta, se encuentra presente -de manera distinta- en las series japonesa y coreana. Todas aquellas expresiones de agresión en contra de uno o más individuos que pueden apreciarse durante los capítulos

estudiados, pueden ser clasificadas -esencialmente- en tres categorías: bullying, clasismo y violencia de género.

La violencia física que es expresada en forma directa (pudiendo identificar agresor, víctima y causa de agresión) recae principalmente en actitudes de bullying, es decir, agresiones que son infringidas en el otro -en tono burlesco- con el sentido de menospreciar y discriminar a la víctima.

Recordemos que el bullying, concepto acuñado por el noruego Dan Olweus en los setenta y que se usa para definir una relación de abuso entre pares, no debe ser confundido con otros términos como el de “agresión”, “insultos”, “abuso” o “violencia”. Esto, pues -por ejemplo- mientras que con el concepto de “violencia” sólo se supone la intencionalidad de hacer daño a un otro y el “abuso” es entendido como la imposición de uno o más individuos sobre otro u otros en base al poder, el bullying -por su parte- para ser definido como tal debe presentar, a lo menos, cuatro características: “(a) que se da entre pares; (b) que implica una situación de desequilibrio de poder; (c) que es sostenido en el tiempo y por tanto constituye una relación—no una situación aislada—de abuso; y (d) que la víctima o víctimas no tienen posibilidades de salirse de esta situación”. (Berger, 2010: 2).

De acuerdo a esto, se vuelve claro que la protagonista femenina Jan Di/Makino es víctima de bullying por parte de sus compañeros de clases, puesto que son estudiantes -como ella- los que realizan continuamente una serie de abusos, pues al encontrarse éstos en una posición socioeconómica superior a la de Jan Di/Makino, creen contar con el “derecho” de agredirla. Por su parte, la protagonista -en su posición de inferioridad socioeconómica respecto a sus pares- no se atreve a denunciarlos y teme que los agresores puedan tomar represalias aún peores.

El ejemplo utilizado en el apartado anterior para describir la situación de bullying vivida por la protagonista, ejemplifica, los constantes abusos que recibía ésta por parte de sus “adinerados” y “bien posicionados” compañeros. Las compañeras de clase de Jan Di/ Makino no sólo la engañan y le mienten descaradamente, sino que luego la ponen en ridículo delante de todos los presentes en la gala, al dejar al quitarle el abrigo con que la protagonista intenta ocultar su disfraz.

Al comparar la misma escena en las dos series, es posible deducir que en la japonesa los diálogos exteriorizan de mejor forma el abuso que las compañeras están llevando a cabo. Por ejemplo es posible leer frases como:

- Compañera de clase 1: Eres algo ofensivo para la vista. Siempre persiguiendo a Hanazawa. Con ánimos de ser las mujeres adecuadas para los F4, tenemos que gastar grandes cantidades de tiempo y dinero. ¡No estamos al mismo nivel que tú!
- Compañera de clase 1: Además, ¿cómo puede alguien como tú asistir a nuestra escuela?
- Compañera de clase 3: ¡Si eres pobre deberías irte!
- Tsukushi Makino: ¡Eso a ti no te importa!

Sin embargo, en la versión coreana el bullying no llega verbalizarse, de manera de que puedan entenderse los motivos detrás del abuso y sólo se limitan a mostrar a las compañeras tironeando del abrigo de Jan Di, hasta que ésta cae al suelo con su disfraz de mujer maravilla. Obviamente, este tipo de violencia se origina debido a que la protagonista no pertenece a la misma clase social.

En cuanto a la categoría de clasismo, éste hace referencia a aquellas discriminaciones derivadas de las diferencias existentes entre las distintas

condiciones socioeconómicas de un grupo social. De acuerdo a los sociólogos, existirían dos tipos de clasismo: uno individual, prejuicio que afectaría a un sujeto particular y que provendría de otro individuo particular y, uno estructural o institucional, en donde el estado o alguna institución estratifica socialmente a un grupo social.

Desde este punto de vista, la violencia expresada a través de actitudes clasistas puede encontrarse en las dos series. Sin embargo, en el caso de la versión japonesa, no sólo atentan contra la persona debido a diferencias sociales sino que intentan mancillar “el honor” de la protagonista de una forma más cruda. De hecho, es en esos momentos en los que aparece la importancia que se le sigue a dando en estos países al tema de la virginidad.

En las dos versiones se atenta contra “el honor” de Tsukushi Makino/Jan Di cuando en un momento cae en una trampa y le hacen creer a su pareja que ella le fue infiel. Ahora bien, la forma en que se ataca a la imagen de la protagonista e, incluso, de la mujer es más potente en la versión nipona. Los temas de género en la versión coreana son tratados de una forma más suave, si bien ocurren hechos similares.

En la escena de la fiesta de bienvenida, las compañeras de Tsukushi Makino afirman que ella ha mantenido relaciones sexuales con cinco hombres y eso es causante del alejamiento de un posible pretendiente. Esto no sucede en la versión surcoreana.

Por lo tanto, pareciera ser que el clasismo se relaciona - en las dos producciones - con el género.

2.3.2. Género.

Teresa de Lauretis afirmará que “Al enfatizar lo sexual, la diferencia sexual es en primera y última instancia una diferencia de las mujeres respecto de los varones, de lo femenino respecto de lo masculino; y aún la noción más abstracta de diferencias sexuales que resulta no de la biología o de la socialización sino del significado y de los efectos discursivos (el énfasis aquí está puesto menos en lo sexual que en las diferencias en tanto difiéranse), termina siendo, en última instancia, una diferencia (de mujer) respecto del varón, o mejor, la instancia misma de la diferencia en el varón” (De Lauretis, 1994: 9). En las dos series se da el mismo trato al tema.

2.3.3. Rasgos Culturales

- Tsukasa: ¿No te habías vuelto a Nueva York? ¿Has sido tú la que ha hecho esto? (fotos de Tsukushi Makino que comprometía su “dignidad sexual” y que fueron parte de una trampa, ya que fueron sacadas después de ser drogada por un extraño. Las fotos son parte de un montaje) ¿Ordenaste a alguien que sacara esas fotos?

- Madre de Tsukasa: No te dirijas a mí de esa forma.

(Tsukasa se calma)

- Madre de Tsukasa: Nosotros estamos haciendo nuestras propias averiguaciones.

Ante todo eres el heredero de las Empresas Domyouji. ¿Cómo puedes mantener una relación con una chica como ésta? (tira fotos a los pies de su hijo). No pareces muy contento con todo esto. (Sonríe de forma irónica) El amor, esa

sensación tan inútil, no tiene ningún significado. (Pisa con el tacón de su zapato unas de las fotos).

- Mayordomo: Señora, es hora de tomar el vuelo.

(Se va del lugar y Tsukasa queda desbastado)

Extracto del Capítulo 5/Versión japonesa:

A partir de este diálogo, queda en evidencia muchos de los rasgos más característicos de la cultura asiática, en especial de la japonesa. En primer lugar, es posible ver que la madre de Tsukasa se niega rotundamente a la relación de éste con Makino, demostrando su orgullo al dar por sentado que sus pensamientos e ideales son los correctos para su hijo, a pesar de que no está considerando la opinión de éste.

También, está presente el mérito pues una de las primeras razones que entrega la madre de Tsukasa para que éste no esté con Makino, es la condición de Tsukasa como heredero del grupo económico y, por tanto, responsable de mantener aquella privilegiada posición socioeconómica que han ganado con los años.

Finalmente, el respeto a la autoridad se ve reflejado en el momento en que la madre de Tsukasa le llama la atención advirtiéndole “no te dirijas a mí de esa forma”. Después de aquel llamado de atención, Tsukasa inmediatamente parece dilucidar que sus palabras estaban fuera de lugar pues no podía dirigirse así a los mayores y, aún menos, a su propia madre.

Por otra parte, otro rasgo cultural que queda plasmado a lo largo de las series y que es capturado en el diálogo apuntado más arriba, tiene relación con la concepción que dichas culturas tienen sobre el amor. Puede notarse que se señala que “El amor, esa sensación tan inútil, no tiene ningún significado”, dando a entender que ante el mundo capitalista en el que tanto Japón como Corea se ven inmersos, emociones tales como el amor terminan sobrando. Es mucho más importante para ellos el éxito económico y el progreso, que tener especial cuidado por sensibilidades.

Otro de los rasgos señalados es el cuidado que existe, en ambas culturas, hacia la intimidad sexual. Las fotos que habían sacado a Makino, ponían en juego su integridad moral, por lo que resultaban sumamente graves.

Tanto la cultura de Corea del Sur como la de Japón tienen especial cuidado por aspectos como la inocencia, el recato y la intimidad personal, por lo que exhibir imágenes de tales características resultaba un gran agravio para la protagonista.

Referencias bibliográficas

García, Héctor (2012); Un geek en Japón. Editorial Norma, España.

Nitobe, Inazo (2010); “Bushido: El espíritu de Japón. Un ensayo clásico sobre la ética del samurái”. Dojo Ediciones.

Rheingold, Howard (2002); “Multitudes Inteligentes: La próxima revolución social”. Editorial Gedisa, Buenos Aires, Argentina.

Anexo 2. GLOSARIO.

Anime: Abreviatura del japonés Animēshon, que significa “animación”. Se refiere a cualquier tipo de animación, aunque la palabra en el uso común se refiera específicamente a la de Japón.

Anisong: También usado como Anison, es el término que se utiliza para referirse a la música que se utiliza en animé o en películas japonesas con muchos efectos especiales (tokusatsu). Quienes cantan dichas canciones son conocidos bajo este mismo nombre.

Chaebols: Cuando el gobierno de Corea del Sur estableció créditos para fomentar el comercio de medianas empresas, ciertas familias de negocios pequeños se unieron para crear conglomerados que con el tiempo se han transformado en las grandes corporaciones de Corea. Ejemplos: SAMSUNG, HYUNDAI. Los herederos de aquellas corporaciones (segunda y tercera generación) son los chaebols.

Comeback: Es el regreso musical de algún grupo musical o cantante solista. Los comebacks son anunciados meses antes por las agencias y son muy esperados por los fans.

Cosmaker: Persona que se dedica a fabricar trajes para un cosplayer.

Cosplay: Es una moda que se caracteriza por la representación de personajes ficticios a través de disfraces. El término se ha hecho famoso debido a los seguidores de la animación japonesa, cómics, cine y videojuegos.

Cosplayer: Persona que se dedica a la imitación a través del vestuario. Generalmente aplica como juego de rol el disfrazarse como algún personaje de videojuego, manga, animé.

Dance-Cover: Imitación de la coreografía, vestuario y performance de un grupo musical.

Dojo: lugar en el que se practica Artes Marciales como el Karate. En la construcción también se medita y se practica el Budismo Zen.

Dorama: Corresponde a las teleseries asiáticas correspondientes a países como Japón, Corea del Sur, China, Taiwán y Tailandia. El término fue acuñado en China.

Drama-adictos: Personas que se dedican a ver constantemente doramas.

Ending: Canción con la que finaliza un anime o dorama.

Fanclub: Grupo de personas que realizan actividades y se reúnen para apoyar la fama de algún famoso.

Fanfic: Creación literaria, fotomontaje o dibujo en el que un *idol* es protagonista de una historia romántica.

Fansite: Sitio web hecha por fanáticos para reunirse a través de Internet en torno a algún famoso que sigan.

Gōjū Ryū: Estilo de karate creado en Okinawa que trata de mezclar un entrenamiento con movimientos suaves y lentos, para poder ejecutarlos de forma rápida y eficaz después.

Idol: Celebridad asiática. Se usa para referirse a los cantantes o actores más famosos.

Karaoke: Pista musical con subtítulos que permite seguir una canción y cantarla.

Karate: Arte Marcial japonesa. Formalmente se llama karate-do, que significa “el camino de la mano vacía”. Esta Arte Marcial se originó en las Islas Ryukyu.

Kata: Ejecutar continuamente técnicas preestablecidas del karate para comprenderlas

K-poper: Término a veces despectivo para referirse a un fanático de K-pop

Kubotán: Arma de defensa personal que se suele utilizar junto a un llavero. Generalmente está hecha de aluminio de 14 cms. De largo por 1,5 de ancho, con 6 hendiduras circulares que permiten un mejor agarre.

Kumite: Combate en donde todas las técnicas del karate son utilizadas. Actualmente está normado por la Federación Mundial de Karate.

Lolita: Código de vestuario japonés que nace como protesta contra la dominación machista. Su principal característica es imitar el estilo de vestir del siglo XVII.

Maid: En Japón existen cafés en los que atienden chicas vestidas de empleadas domésticas. Ellas reciben el nombre de *maids*, y se destacan por ser muy amables y de un temperamento dulce.

Mangaka: Persona que dibuja y escribe mangas.

Multifandom: Término despectivo que se utiliza para referirse a las personas que pertenecen a más de un fandom. Es muy mal visto en Corea del Sur y Japón, en Sudamérica es bastante común.

Ñoñerío: Las actitudes en las que incurre una persona ñoña, vale decir, alguien que se aparta del canon de “normalidad” dentro del mundo juvenil. Por lo general, el ñoño es alguien que no es aceptado y/o popular dentro del grupo.

Opening: Canción con la que comienza un animé o dorama.

Otaku: Término con el que nos referimos a una persona que gusta de la cultura japonesa, especialmente del animé y el manga.

Propmaker: Se relaciona con los cosplayer. Son las personas que construyen utilería como armas, joyas y otros. Algunos de ellos montan su propio negocio y venden artículos para otros cosplayers. Sin embargo, otros usan sus creaciones para sus propios cosplays.

Samurai: Significa “el que sirve” en japonés. Fueron guerreros del Japón antiguo y parte de una élite.

Sensei: Profesor de artes marciales.

Shotokan: Estilo de karate característico por ser la base del kumite deportivo. Se basa en posturas amplias y bajas, además de las patadas altas.

Visual Kei: Movimiento musical japonés que se caracteriza por el uso de vestimentas llamativas y maquillaje. Su estética es andrógina. En cuanto a la música, se les relaciona con sonidos como el punk rock, el heavy metal y el glam rock. Sin embargo, no se puede encasillar a este movimiento dentro de distintas variantes musicales.

Wacoku: Marca de origen taiwanés. Los trajes que utilizan quienes practican karate son conocidos con este nombre.

Yawara: Arma de origen japonés, usualmente utilizada en varias artes marciales. Está hecha de madera.

Anexo 3. BIBLIOGRAFÍA.

Material Escrito

AGUSTÍN A. Julio Bulling: *Un estado “en guerra”: Corea del Norte y el Mundo (2009)* Revista Diplomática N°20119. Disponible en: https://www.csbsju.edu/Documents/Asian%20Studies/Revista%20Diplomatica%20no%20119_rev.pdf.

ALBEROLA, Miguel. *La Propaganda Militar durante la II Guerra Mundial*. (2012) Artículo disponible en: <http://www.publicidadjaponesa.com/2012/09/la-propaganda-militar-japonesa-durante-la-ii-guerra-mundial>.

ÁLVAREZ Barreto, Mónica. (2012) *“Dorama” japonés como material auténtico para la enseñanza: Un análisis comparativo de las telenovelas de Japón y Colombia*. Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África. Memorias sobre Japón: XIII Congreso Internacional de ALADAA. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en la WWW: http://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria_xiii_congreso_internacional/images/alvarez_monica.pdf.

BASAURE, Rosa Isabel: *Corea del Norte y Japón: Una relación compleja entre vecinos Ponencia. En COREA: una visión interdisciplinaria*. Wonjung Min, Editora. Primera Edición: Octubre 2010. Disponible en: http://aleph.uc.cl/libros/e-book_final.pdf. 2010.

BOUISSOU, Jean-Marie, Manga. *Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*. (2012) Éditions Philippe Picquier. Arles, 2012.

COBOS, Tania Lucía. *Animación japonesa y globalización: La latinización y la subcultura otaku en América Latina*. (2010) Revista Razón y Palabra. Edición Número 72, año 15, mayo – julio 2010. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf

CARNIVET-FOVEZ, Chrysoline. *Le Manga. Une synthèse de référence qui éclaire en image. L'Origine, L'Histoire et L'Influence de la bande dessinée japonaise*. Éditions Eyrolles. Paris, 2014.

CONDY, Ian: *THE SOUL OF ANIME: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*. 2013.

FISAC S, Javier: *De la Primera Guerra Mundial a la Guerra Fría. Tomo II. La Guerra Fría: De los orígenes a la Guerra de Corea*. Lulu.com Editorial, Londres, 2013.

GARCÍA, Héctor: *Un geek en Japón*. Editorial Norma, España. 2012.

GRIMSON, Alejandro (comp.) *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*. Ed. Ciccus. La Crujía, Buenos Aires. 2000.

GRIMSON, Alejandro. *Interculturalidad y comunicación*, Grupo Editorial Norma, Colombia. 2000.

HONG, Euny: *The birth of Korean Cool: How one nation is conquering the world through pop culture*. 2014.

HU, Tze-yue G. *Frames of Anime: CULTURE and IMAGE-BUILDING*. Hong Kong University Press, Hong Kong. 2010.

ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; TSUJI, Izumi: *FANDOM UNBOUND: Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press. New Heaven & London. 2012.

JAVABEANS y GIRLFRIDAY: *Why Do Dramas Do that? Part 1*. 2013.

LARRAIN, Jorge. (1994) *La Identidad Latinoamericana: Teoría e Historia*. Revista Estudios Públicos, 55. Disponible en: http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1845_1414/rev55_larrain.pdf el 20/10/2014

LARRAIN, Jorge: *Identidad Chilena* (Segunda Edición). LOM Ediciones. 2014.

LEE, Sangjoon y MARK NORNES, Abé: *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. University of Michigan Press, Ann arbor. 2015, Estados Unidos.

MIN, Wonjung *Corea del Sur y los coreanos en Chile, según las encuestas a profundidad* en Revista México y la Cuenca del Pacífico. Vol. 8, núm. 26 / septiembre – diciembre de 2005.

MUÑOZ, Claudia. (2012). *Teleseries coreanas: doramas antes que flores*. Diario Austral, suplemento de TV. Consultado el 8 de diciembre de 2015 en el link: <http://www.australvaldivia.cl/impresas/2012/12/09/full/41/>

NERI, Mario (2013). *Adiós al Negocio de las Artes Marciales*, en http://4ryu.com/blog_74382_Adiós-al-negocio-de-las-artes-marciales.html consultado el 27 de junio de 2015.

NITOBÉ, Inazo. *Bushido: El espíritu de Japón. Un ensayo clásico sobre la ética del samurái*. Dojo Ediciones. 2010.

RUSSELL, Mark James. *K-pop NOW! The Korean Music Revolution*. Tuttle Publishing. 2014.

SCHODT, Frederik L. *DreamLand Japan: Writings on Modern Manga*. Stone Bridge Press. 1996, 2011.

UNESCO. *El Japón de Hoy*. Artículo revista mensual El Correo. Diciembre de 1987.

VIDALES, Carlos. *Semiótica y comunicología: Historias y propuestas de una mirada científica en construcción*. Revista RAZÓN Y PALABRA. 2010.

Material Audiovisual

Reportaje Teletrece. Emitido 13 Abril 2015. Disponible en:
<https://www.facebook.com/teletrece/videos/799999710081595/?permPage=1>

Documental <<Bruce Lee en sus propias palabras (Bruce Lee in his own words)>>. Entrevista a Bruce Lee Realizada en 1965 por John Little. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-X-MdvYE0Zk>