



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
Y URBANISMO  
UNIVERSIDAD DE CHILE



# EL FENÓMENO COREANO EN CHILE

## ¿HIBRIDACIÓN CULTURAL?

CORTOMETRAJE DOCUMENTAL  
HIBRIDACIÓN DE CULTURAS COREA-CHILE



MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO

**BRIAN VERA HABLARES**  
PROFESORA GUÍA **VERÓNICA ODE**

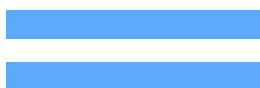
SANTIAGO DE CHILE  
2023



# **EL FENÓMENO COREANO EN CHILE**

## **¿HIBRIDACIÓN CULTURAL?**

**CORTOMETRAJE DOCUMENTAL  
HIBRIDACIÓN DE CULTURAS COREA-CHILE**



**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO**

**BRIAN VERA HABLARES**  
**PROFESORA GUÍA VERÓNICA ODE**

**SANTIAGO DE CHILE**  
**2023**



# AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar una profunda gratitud a todas las personas que estuvieron colaborando con energía y apoyo constantemente en este proyecto: ¡Infinitas gracias! Primero que todo a mi familia, al cielo: a mi abuelita "Yoyo" que vio todo mi proceso hasta el 2022. También a mi madre (María Hablares), hermana (Leslie Vera), sobrinos (Allan y Dylan), papá (Marco Vera), hermanastro (Felipe) y padrastro (Mario). También un especial agradecimiento a mi profesora Simoné Malacchini que se atrevió con tan poco tiempo a ayudarme en este proceso que se alargó por diversos problemas presentados en el camino, infinitas gracias por el ánimo y la motivación. Además al profesor Bruno Perelli que me ayudó a comenzar esta aventura con la cultura coreana, facilitándome textos y comentarios sobre el estudio cultural.

Un enorme agradecimiento también a mis amigos y más que amigos: Javi, Cho, Chii, Miya, Esteban, Fran, Clau, Jessy, Dani, Romi Vega, Domi, Ale, Romi Olguín, Chelly, Tami, Mary, Cata Cartagena, David, Nico Arias, Joaco, Edu, Cata Acevedo, Jeannette. También a mi trabajo Retargeting por aguantar tanto tiempo en este proceso. Y especialmente agradecer a los participantes de este proyecto que significó conocer nuevos mundos y personas increíbles: Ianku, Paula, Paula Gómez, Carla, Mabel, Claudia, Vale, Karla, Bel, Jean y Juan. Y también a cada persona que me dio su palabra de aliento, a través de diferentes medios e instancias, infinitas gracias.



# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>11</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>1. MARCO TEÓRICO</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Cultura</b>	<b>15</b>
1.1.1 Identidad	18
1.1.2 Migración	19
1.1.2.1 Difusión: propagación de elementos culturales	20
<b>1.2 Estudio de la Cultura y su invención</b>	<b>22</b>
<b>1.3 Culturas Híbridas/Interculturalidad</b>	<b>24</b>
1.3.1 Diferenciación con Apropiación Cultural	25
<b>1.4 La imagen, música y medios Audiovisuales</b>	<b>27</b>
<b>2. ANTECEDENTES: Caso Cultura Coreana</b>	<b>31</b>
<b>2.1 Asiáticos en Chile</b>	<b>31</b>
<b>2.2 Coreanos en Chile</b>	<b>32</b>
2.2.1 Korean wave	35
2.2.1.1 Música y sus derivados	36
<b>2.3 Breve Historia del K-pop</b>	<b>36</b>
<b>2.4 K-pop en Chile: interés por lo surcoreano</b>	<b>38</b>
2.4.1 Series, Películas (Streaming)	44
2.4.2 Maquillaje y Moda Coreana	46
2.4.3 Gastronomía, Barrio y la calle Seúl	47
<b>3. PLANTEAMIENTO</b>	<b>51</b>
<b>4. OPORTUNIDAD</b>	<b>55</b>
<b>5. PROYECTO</b>	<b>57</b>
<b>5.1 Objetivos</b>	<b>57</b>
<b>5.2 Fundamentación</b>	<b>58</b>
5.2.1 Aporte al registro audiovisual	58
5.2.2 Metodología	59

<b>5.3 Especificación del Proyecto</b>	<b>60</b>
5.3.1 Especificaciones	60
5.3.2 Guión	61
5.3.3 Estructura entrevista	62
<b>5.4 Referentes</b>	<b>65</b>
<hr/>	
<b>6. CORTO DOCUMENTAL: Fenómeno Coreano en Chile</b>	<b>69</b>
<b>6.1 Especificaciones Técnicas</b>	<b>69</b>
<b>6.2 Sinopsis</b>	<b>70</b>
<b>6.3 Contenido Temático</b>	<b>70</b>
<b>6.4 Levantamiento de información</b>	<b>71</b>
6.4.1 Síntesis de Entrevistas	72
6.4.2 Selección de videos	74
<b>6.5 Bitácora</b>	<b>84</b>
6.5.1 Grabaciones Entrevistas	84
6.5.2 Grabación ensayos y productos entrevistados	85
6.5.3 Grabación en eventos, ferias, tiendas y comida	86
6.5.4 Montaje	87
<b>6.6 Identidad Gráfica</b>	<b>90</b>
6.6.1 Tipografía, formas y colores	90
<b>6.7 Versión Final</b>	<b>92</b>
<hr/>	
<b>7. PLANIFICACIÓN</b>	<b>95</b>
<b>7.1 Carta Gantt Proyecto</b>	<b>95</b>
<b>7.2 Cronograma de Actividades</b>	<b>96</b>
<hr/>	
<b>8. CONCLUSIÓN</b>	<b>99</b>
<hr/>	
<b>9. PROYECCIONES</b>	<b>101</b>
<hr/>	
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>103</b>







## ABSTRACT

Este proyecto aborda la hibridación cultural producida por la migración y consumo de elementos culturales coreanos en Chile, con el fin de demostrar que es posible hacer cambios de identidad a través de este consumo y cómo se origina en base al interés por las imágenes y piezas audiovisuales que nos ofrece la industria coreana.

En base a diferentes anécdotas de personas que desarrollaron cambios de su identidad e incorporaron algunas características con respecto a la cultura popular coreana, se crea una nueva cultura a través de la hibridación cultural y genera cambios en la vida de quienes relatan su proceso de construcción identitaria.

De esta manera la investigación abre la posibilidad de comprender de mejor manera lo que ha producido el consumo de estos elementos, y cómo la cultura pop puede generar cambios en las personas, considerando el origen de dichos elementos y la búsqueda de conocer y comprender mejor la cultura coreana.

El contenido resultante será un documental que retrata estos cambios sociales producidos por el consumo de k-pop como primera instancia y el cómo se indaga más para comprender la cultura coreana, incorporando elementos culturales, generando hibridación cultural en Chile.

**Palabras clave:** hibridación cultural, cultura, identidad, productos culturales, cultura coreana, cultura pop coreana, k-pop, coreanos, audiovisual, documental.



# INTRODUCCIÓN

La globalización nos ha permitido interactuar entre culturas a través de diferentes medios. Permittiéndonos ver realidades diversas a las nuestras con la intención de aprender de ellas y comprenderlas. Con esto comenzamos a consumir productos de esas culturas y tratamos de darle significado a lo que vemos para entenderlo.

Sin darnos cuenta el consumo de estos elementos traen consigo no sólo aprender de una cultura, sino que transformaciones que permiten reflejar de mejor manera nuestra cultura y la cual estamos conociendo.

La imagen juega un papel primordial al momento de adquirir interés en otra cultura, ya sea por lo que vemos en internet, en una serie de streaming, en la televisión o al aprender de algún artista musical para comprender de mejor manera su comportamiento.

Más precisamente el adquirir conocimiento de la cultura coreana que se vio transportada a través de diferentes elementos que traían consigo su cultura: música, series, tecnología, cosmética, gastronomía, entre otros. Este proyecto indaga los cambios culturales producidos por el consumo de elementos de la cultura coreana y cómo las personas que consumen estos elementos hacen cambios en su propia cultura, generando hibridación cultural.

Las personas que consumen productos culturales coreanos se sumergen en esa cultura asiática a través de la imagen como primera instancia, a pesar de no estar inmersos en un contexto coreano como tal, pero sí consumiendo elementos que migran desde esa cultura para representarla a través de la identidad.



# MARCO TEÓRICO

A lo largo de la historia, el estudio de las sociedades humanas ha sido crucial para comprender y diferenciar los diversos grupos que conforman nuestra especie. A medida que las interacciones entre diferentes grupos humanos se intensificaban en el transcurso del tiempo, surgen cambios sociales que a menudo asociamos con la noción de cultura, la cual ha sido objeto de exploración y análisis por parte de filósofos, antropólogos, sociólogos y otros académicos. Abarcando una amplia gama de aspectos, siendo un fenómeno dinámico y en constante evolución que se transmite de generación en generación.

Es esencial comprender el concepto de cultura y todo lo que implica, ya que se ha vuelto más compleja a medida que nuestras sociedades se han expandido. Para comprender plenamente la cultura, debemos examinar los procesos que han permitido diferenciar las características de los distintos grupos humanos. Además, es fundamental comprender cómo este concepto se articula y tiene el poder de cambiar, al nutrirse de algunas características y abandonar otras, a medida que los grupos humanos se expanden y se relacionan entre sí.

## 1.1 Cultura

La definición de cultura ha evolucionado a lo largo de la historia y por lo mismo es necesario entender qué importancia tiene en este estudio y qué aspectos están considerados para poder comprender diferentes fenómenos que implican transformaciones sociales con respecto a las diferentes interacciones sociales.

El historiador Raymond Williams (1969) define a la cultura como un conjunto de formas de vida que incluye diferentes características, *"una forma de vida socialmente compartida"* que va evolucionando y que ayuda a dar sentido a la experiencia de las personas y las ayuda a organizar su vida en sociedad. Para que exista ese sentido el grupo de personas comparten

significado de símbolos, valores y expresiones (Williams, 1985). A esto podemos sumar lo que dice el escritor Terry Eagleton (2000), que este conjunto de representaciones simbólicas y prácticas sociales dan forma a la identidad colectiva de una sociedad, esta se negocia y construye, lo que les permite dar significado al mundo.

La cultura moldea a una sociedad y define su identidad a base de sus conocimientos, creencias, prácticas, arte, moral, leyes, costumbres y cualquier otro aspecto de la vida social y humana. Tiene una gran capacidad de transformarse a medida que las sociedades evolucionan. Por otro lado el teórico de la comunicación James W. Carey (1988) enfatiza que el sistema de significados y

símbolos compartidos por una sociedad, se transmiten a través de la comunicación y ésta permite que se puedan generar interacciones sociales generando realidad. Los mensajes y los símbolos se intercambian entre las personas y los grupos sociales, influyendo en su forma de ver y comprender el mundo. Estando en constante cambio. Los significados y las interpretaciones culturales son negociados, reinterpretados y disputados por diferentes actores sociales. Estas diferentes visiones permiten entender a la cultura como algo que va cambiando constantemente y que va moldeando la identidad de los grupos sociales que se sienten representados por ella. Está regularizada por ese grupo social, a través de consensos sobre significados y símbolos. Esto permite que puedan transformarse según las diferentes interacciones que puedan haber con su medio o con otros grupos sociales.

La cultura tal como la conocemos es el resultado de diferentes transformaciones que se generaron a través del tiempo. Donde diferentes procesos generaron que existiera una interacción entre culturas. Esto se vio reflejado en el resultado de las diferentes interacciones comerciales en la antigüedad y en las migraciones de grupos humanos por diferentes circunstancias en la historia. A raíz de esto, se puede definir la cultura como el conjunto de características que engloba modos de vida, costumbres, creencias, artes, conocimiento, hábitos, entre otros, de un grupo de individuos que permiten desarrollar un juicio crítico como "sociedad" o "civilización". Esto genera al conjunto de elementos como algo válido y propio de un sector de personas

habitantes de un lugar geográfico y que puede ser investigado sobre principios generales, provocando diversidad de sociedades.

La "cultura" puede ser estudiada a través de distintas disciplinas, y cada una de ellas nos entrega elementos importantes a estudiar, como lo mencionamos con los autores citados anteriormente. Para el caso de la antropología, Roy Wagner (1975) propone que para poder estudiar una cultura es necesario sumergirse e incorporarse de alguna forma en ella. A lo largo del tiempo se ha intentado considerarla como una sola y luego dividirla en otros tipos, pero todas relacionadas a lo mismo, con el fin de reducir su concepto.

Por lo general, se busca una objetividad al estudiar una cultura en específico, pero al poseer un sistema de símbolos muy diferentes a los que estudia, puede hacer cambiar significados del comportamiento y no presentar de buena manera lo estudiado. Según Wagner, para poder estudiar la cultura debe considerarse a sí mismo como un igual frente a los objetos de estudio, reconociendo que su propia posición cultural influye en su interpretación y comprensión de los fenómenos culturales. Al establecer una relación directa con las personas y la cultura que estudia, el investigador tiene la oportunidad de aprender y comprender desde una perspectiva más profunda.

Para estudiar la cultura hay que poner al investigador como igual frente a los objetos de estudio, permitiéndole comprender de mejor manera todo lo observado. Luego, para que se pueda establecer una compren-



sión, será necesario crear una relación entre ambas culturas. Con esto usa el mundo de sus propios significados para comunicar una comprensión de la experiencia. Esta relación se ha visto presente de diferentes formas, ya sea por intercambios comerciales a lo largo de la historia.

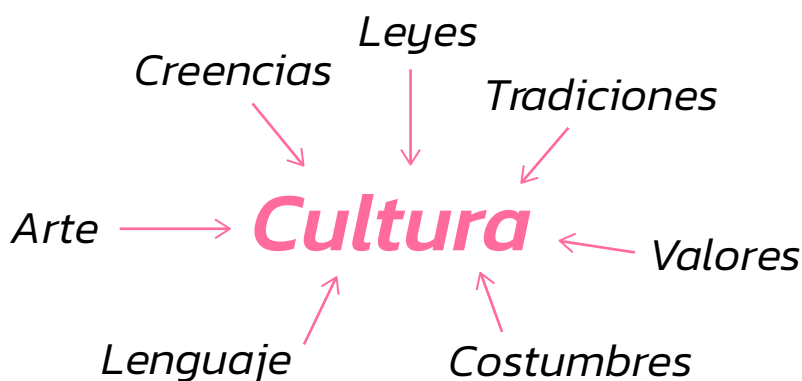
Pero es importante comprender que es posible estudiar la cultura desde el diseño, ya que, según el historiador y teórico en diseño Victor Margolin, el diseño moldea y refleja los valores culturales y viceversa. *"El diseño no solo refleja la cultura, sino que también la moldea. A través de sus formas y funciones, el diseño puede transmitir y reforzar valores culturales, así como desafiarlos y subvertirlos"* (Margolin, 1989). El diseño está ligado a la cultura porque está intrínsecamente vinculado a las ideas, creencias y prácticas de una sociedad. Tiene la capacidad de influir en diferentes aspectos de las personas, ya que a través del diseño se puede comprender y comunicar ideas que permiten entender a la sociedad y cómo se relaciona con lo que la rodea (Margolin, 1998).

En base a lo visto por diferentes autores podemos tener nuestro

propio punto de vista con respecto al diseño y la cultura. Podemos ver en el diseño una forma de exponer cultura, moldearla y usar el lenguaje que existe en la misma, a través del uso de símbolos y elementos visuales, para transmitir y comunicar aspectos de la identidad cultural. En este sentido, el diseño se convierte en una herramienta que permite utilizar el lenguaje propio de la cultura para expresar ideas y mensajes.

Es en este punto donde se establece una conexión entre el diseño y otras disciplinas, ya que el diseño crea imágenes que moldean la cultura y representa lo estudiado. Sin embargo, para lograr una comunicación efectiva, el diseño necesita comprender el contexto en el que desea transmitir un mensaje. Esto implica conocer los códigos sociales y culturales propios de esa comunidad en particular.

A través de la comprensión de los códigos culturales y sociales, el diseño puede ser una poderosa herramienta para expresar la identidad cultural y establecer una conexión significativa entre diferentes personas.



## 1.1.1 Identidad

Uno de los aspectos relevantes de la cultura se vincula con la identidad. El cómo se siente alguien depende de sucesos y vivencias, de su entorno y características propias de cada ser.

La catedrática en literatura Tabea Linhard y el historiador Timothy H. Parsons (2019), explican que la identidad es un concepto que resalta por ser flexible y subjetivo, *"la comprensión de la identidad (y las identidades) sigue siendo importante, precisamente por las formas en que las instituciones políticas, religiosas e intelectuales las han puesto en práctica, y por la forma en que las comunidades y los individuos reclaman identidades específicas y se resisten a otros."* (Linhard y Parsons, 2019). La identidad cultural es fundamental para comprender la migración y el intercambio cultural, y abarca aspectos como ciudadanía, nacionalidad, raza, etnia, género, clase y espacio. Además, se caracteriza por elementos como el lenguaje, la religión, la sexualidad y la cultura en general.

La identidad cultural permite que las sociedades y las personas se sientan parte de una cultura y se identifiquen y representen a sí mismas. Es una parte integral de quiénes somos y cómo nos relacionamos con el mundo que nos rodea. Al reconocer nuestra identidad cultural, podemos fortalecer nuestra conexión con nuestras raíces, comprender nuestras tradiciones y valores, encontrar un sentido de pertenencia a una comunidad, y establecer una conexión significativa con nuestro entorno.

La consultora en temas de producción cultural, Olga Molano (2007):

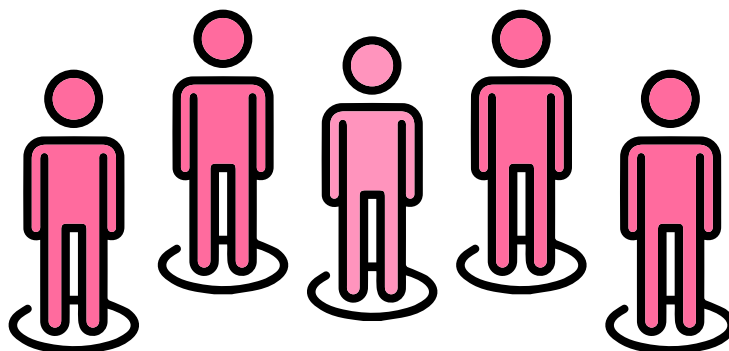
*"La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad"*, esta no existe sin la memoria y sin la historia.

Además, según el sociólogo Stuart Hall, la identidad es *"algo que se forma y se transforma constantemente a través de la representación cultural y las prácticas sociales"* (Hall, 1990). No es algo fijo y establecido de una sola vez, sino que se va construyendo con la historia. Se forma a través de las diferentes interacciones entre individuos y grupos en contextos históricos y culturales específicos, o sea, a través de prácticas sociales. Además aporta *"No es simplemente el hecho de que 'somos diferentes' lo que nos interesa, sino cómo 'nos volvemos diferentes' en diferentes contextos y momentos históricos. La identidad cultural es siempre una cuestión de 'convertirse' así como de 'ser'"* (Hall, 1990).

Por lo tanto al igual que la cultura como concepto, la identidad también va incorporando ciertas características propias de grupos sociales (considerando también su evolución

como concepto en el tiempo), donde es propio de significado considerarse parte de un grupo humano e identificarse como tal y sentirse representado como una cultura en específico. Esta se va armando y moldeando a través de diferentes

procesos que iremos dando cuenta en los siguientes apartados y se nutre con diferentes tipos de interacciones, que se dan lugar con las migraciones, a través del contexto y el medio.



*Capacidad de sentirse parte de un grupo.  
Con características similares entre sí que  
dependen del entorno y las vivencias.*

### 1.1.2 Migración

Como se mencionó antes, los desplazamientos humanos y la interacción entre culturas fue algo esencial para la construcción de la identidad. Frente a esto podemos sumar diferentes tipos de relaciones entre diferentes culturas, pero no solo se mueven las sociedades y los grupos sino que también diferentes elementos que componen estos cambios sociales que caracterizan a la identidad.

La migración ha sido un factor clave en la expansión de las relaciones comerciales y culturales entre diferentes regiones. A medida que los grupos humanos se desplazaban,

llevaban consigo sus productos, conocimientos y tradiciones, estableciendo intercambios con las comunidades locales que encontraban en su camino. Estos intercambios no solo involucraban la comercialización de bienes, sino también la transferencia de ideas, prácticas y formas de vida, y por ende se producía un intercambio cultural.

Es importante entender que el mundo se ha compuesto y se ha organizado a base de migraciones según Moris Farhi (citado por Linhard y Parsons) "*toda la historia es la historia de la migración*", y se ha hecho presente

de forma mucho más notoria en los hechos históricos internacionales más destacados, como guerras mundiales o atentados que han impactado al mundo. Y como explican Linhard y Parsons (2019), *"la migración es un tipo de cambio, y el cambio, por alarmante que sea, nunca es del todo bueno o malo"* por lo que puede traer consigo motivaciones y consecuen-

cias que se ajustan de diferentes formas tanto a la organización de un país que recibe a los migrantes (país anfitrión), a la sociedad del mismo país, como también a los mismos inmigrantes que se transforman en huéspedes, generando diferentes formas de interacción entre ambos.

### 1.1.2.1 Difusión: propagación de elementos culturales

Con las migraciones no sólo se genera un desplazamiento humano, sino que va acompañado por gran variedad de elementos que llevan consigo cultura. Y en la historia estos procesos fueron de gran significado al momento de la construcción de la identidad a través de la integración de esos elementos culturales.

El historiador alemán Rudolf Wittkower (2006) propone que la migración ha dado lugar a numerosos intercambios de productos y culturas entre diferentes grupos humanos en base a ejemplos que ilustran los intercambios que ocurrieron entre Oriente y Occidente durante la antigüedad, tanto en términos comerciales como culturales.

Estos intercambios comerciales y culturales contribuyeron a la difusión (o propagación) de productos, técnicas y conocimientos, enriqueciendo tanto las sociedades de origen como las receptoras. Fueron el resultado de la interacción y la interdependencia entre diferentes culturas, dando lugar a una fusión de influencias y una diversidad cultural creciente.

Wittkower pone hincapié en la difusión como una forma de migración de productos culturales de una civilización a otra, donde no son los productos los que emigran sino que se trata de la cultura que se mueve con ellos. Los intercambios que han existido entre Oriente y Occidente han sido infinitos, *"existen cambios artísticos, técnicos e ideológicos que tienden a fusionar culturas entre sí"*, lo que llevó consigo una fuente de información y un vehículo de propagación de las ideas (Wittkower, 2006). Todo esto ha permitido entender cómo Oriente y Occidente pueden tener significados similares a ciertos símbolos y representaciones.

Wittkower logra identificar tres etapas de la difusión, y es trascendental comprender que a través de ellos las culturas se van nutriendo de nuevas características y la van adoptando. La difusión no sólo se da luego de la transmisión, sino que con el tiempo se ha visto que el intercambio de productos culturales tiene estas fases: Asimilación, Adaptación y Transformación. Un ejemplo de esto

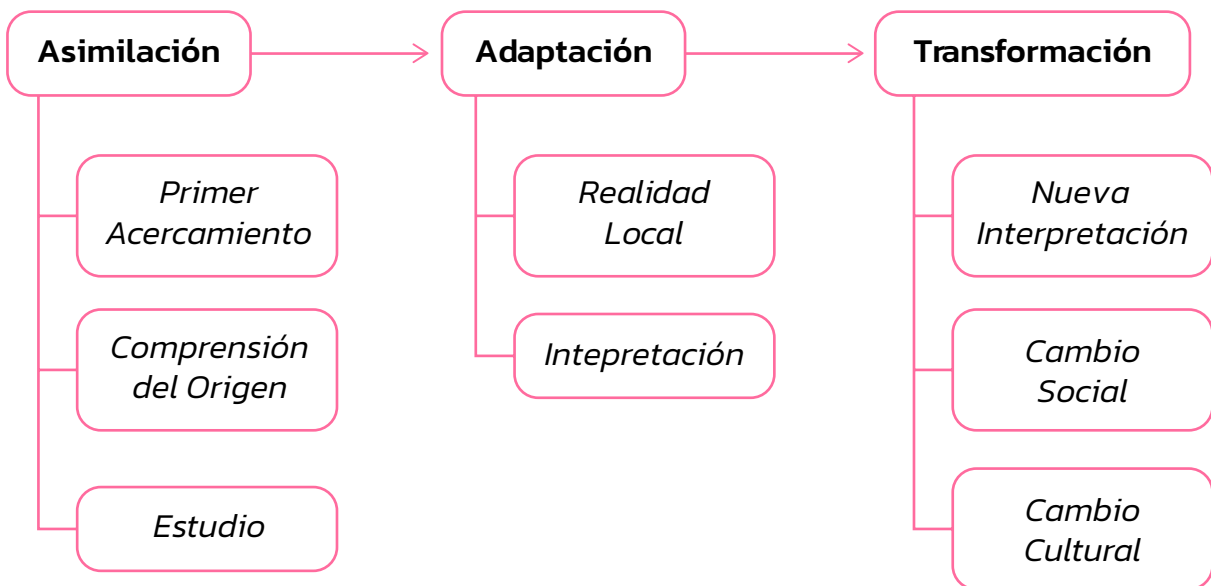
lo explica a través del comercio de objetos y la migración de artesanos:

*"Al considerar el trasplante de formas, diseños y estilos, nos enfrentamos a un triple desafío, desde los casos más simples, a la asimilación y adaptación del material importado, y luego a su completa transformación. En cuanto a las artesanías como la cerámica, la metalistería y los textiles, las técnicas modernas de investigación hacen posible establecer de manera concluyente cómo este tipo de importación fue asimilada y luego transformada en un nuevo entorno cultural"* (Wittkower, 2006)

Este planteamiento refleja cómo la difusión de productos culturales puede implicar un proceso de asimi-

lación, comprensión de su origen y significado, seguido de adaptación a la realidad local y, finalmente, transformación en la cultura receptora.

Es esencial comprender la raíz y el contexto de lo que se adquiere, para luego adaptarlo y modificarlo según las características y necesidades propias. En este sentido, no toda la historia filosófica del producto cultural se incorpora de manera idéntica en la cultura receptora, sino que se ajusta y transforma. Estos procesos de asimilación, adaptación y transformación pueden llegar a ser fundamentales en la invención de una nueva cultura, tal como sugiere Wagner.



## 1.2 Estudio de la Cultura y su invención

Entendiendo a qué nos referimos con cultura, identidad y la importancia de las migraciones en procesos de cambios culturales es importante sumar el cómo una cultura puede ser entendida. Wagner explica con detalle cómo es posible estudiar a una cultura y trae consigo una serie de características propias de dicho estudio. Éstos se vinculan con el concepto de difusión ya que cuentan con similitudes al momento de comprender una cultura y del intercambio que se genera entre dos o más de ellas.

Considerando lo que rescatamos de Wagner, al sumergirse dentro de una cultura y estudiarla es necesario llegar a ciertos puntos en común con la cultura estudiada para poder dar significado a lo que se está viendo para poder explicarlo. Aquí es cuando sumamos lo propuesto por el antropólogo estadounidense Clifford Geertz (1973), viendo a la cultura como *"un sistema simbólico que actúa para establecer poderosas, persuasivas y duraderas estructuras de significado en las mentes humanas"*, y para poder comprenderlos es necesario sumergirse en el contexto social y cultural de un grupo o comunidad específica. La cultura se aprehende mediante la interpretación y el análisis de la red de significados simbólicos que las personas atribuyen a su realidad social.

A través de la interpretación de estos significados simbólicos, es posible estudiar a la cultura descomponiendo la lógica cultural que guía la conducta y las creencias de un grupo. Este enfoque de interpretación permite captar lo complejo de una cultura y

cómo influye la forma en que le dan sentido a la vida.

Para poder reinterpretar es necesario un acuerdo (así lo especifican Wagner, Hall y Geertz) y frente al estudio de la misma es necesario generar comunión entre las dos culturas que se están relacionando al estudiar a una de ellas. Por lo mismo Wagner va más allá y propone que la cultura no es una entidad objetiva que exista fuera de los seres humanos, sino que es un proceso de invención y negociación en el que los individuos y los grupos participan activamente. Cuando los significados no son fácilmente identificables o no existen patrones claros de interpretación cultural, es necesario adoptar un enfoque más reflexivo y cuestionar las suposiciones previas. Esto implica evitar presuposiciones culturales rígidas y estar dispuesto a reconsiderar las categorías y los marcos interpretativos utilizados. Considera la diversidad interpretativa dentro de la comunidad, enfocándose en los procesos y las relaciones que dan forma a los significados culturales. Hay que considerar cómo las personas negocian, reinterpretan y reinventan los significados en su vida cotidiana, teniendo en cuenta las influencias históricas, sociales y políticas que pueden estar en juego. Los seres humanos utilizan símbolos y significados para dar forma y asignar valor a su realidad, y que estos sistemas simbólicos son fundamentales para la creación y comunicación de la cultura. Frente a esto podemos resignificar lo que estamos estudiando y observando, permitiendo que se genere

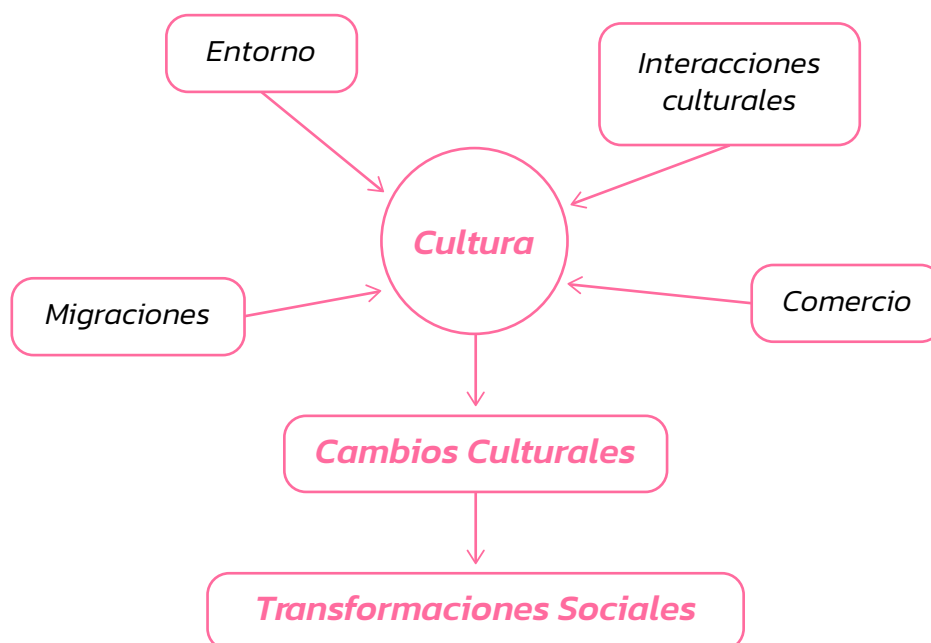
una nueva forma de interpretación y, tal como lo explican los autores, nos encontramos frente a la creación de nuevas formas de ver la realidad a través de un consenso y el entendimiento de lo estudiado.

La globalización juega un papel fundamental al momento de hablar de estudios culturales. Ya que a través de medios tecnológicos, cada vez nos introducimos sin notarlo en diferentes culturas. Según Arjun Appadurai, la globalización ha transformado la forma en que las personas experimentan, imaginan y participan en la cultura (Appadurai, 1996). La globalización no anula la diversidad cultural, sino que la redefine y crea nuevas formas de pertenencia en un mundo cada vez más conectado.

Es acá donde se produce un pequeño estudio y proceso de difusión. Consumimos ciertos productos gracias a los diferentes medios de comunicación, intentamos asimilar en detalle su funcionamiento para poder comprender el por qué de algunas cosas, y luego tratamos de darle

sentido a cada parte para poder adaptarlas a nuestra propia cultura y comodidad. En muchas ocasiones quedamos en este proceso, ya que solo queremos darle el sentido a lo que vemos, pero en otras situaciones esa asimilación hace que se transformen esos rasgos que estamos conociendo. Se adquieren y se hacen parte de nosotros y sin darnos cuenta creamos nuevas conductas que tienen un poco de la cultura observada y la cultura propia. Podríamos decir que mezclados se crea una "mini" cultura propia.

Cuando hablamos de transformaciones sociales, nos referimos a que los grupos humanos van cambiando sus características y conductas. Una mirada al pasado y al tema de las migraciones deja entre ver que esas transformaciones se fueron adquiriendo a base de intercambios culturales, haciendo que un grupo humano haya podido adaptar ciertos rasgos y transformarlos para hacerlos suyos. Es aquí donde podemos integrar la Hibridación cultural de García-Canclini, donde dos culturas se van entrelazando a medida que interactúan.



### 1.3 Culturas Híbridas/Interculturalidad

La globalización ha traído consigo que las diferentes culturas interactúen mucho más que antes. Y es importante tener claro que frente a esto las culturas pueden reaccionar de diferentes formas.

Nestor García Canclini ha estudiado las culturas desde muchas aristas y podemos enlazar lo mencionado por Wagner con respecto a la invención de la cultura a base de las interacciones culturales. García Canclini nos da una serie de elementos de los cuales podemos desprender el de hibridación, pero son conceptos que se utilizan para describir diferentes formas de interacción y coexistencia cultural.

El autor plantea las diferencias entre multiculturalidad, transculturalidad e interculturalidad. La multiculturalidad se refiere a la coexistencia de diversas culturas que interactúan entre sí, mostrando una marcada diversidad simbólica. En contraste, la transculturalidad se refiere al proceso en el cual una cultura influye en otra de manera significativa, provocando cambios profundos y la recepción de elementos de la cultura dominante. Por su parte, la interculturalidad se caracteriza por la interacción y reciprocidad entre culturas, donde se produce una confrontación y un enlazamiento que fomentan intercambios mutuos:

*"interculturalidad remite a la confrontación y el entrelazamiento, a lo que sucede cuando los grupos entran en relaciones e intercambios. Ambos términos implican dos modos de producción de lo social: multiculturalidad supone aceptación de lo*

*heterogéneo; interculturalidad implica que los diferentes son lo que son en relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos". (García Canclini, 2005).*

Es importante tener claro que las diferentes interacciones culturales conllevan diferentes respuestas frente al comportamiento de cada una de las culturas presentes. Éstas se van transformando, por un lado pueden interactuar de forma independiente cada una en un territorio, por otro una podría imponerse frente a la otra o pueden tener una relación de intercambio sin hacer cambios significativos (como es el caso de intercambio comercial).

Pero ¿qué pasa si una cultura empieza a relacionarse con otra, y a través de la difusión, comienza a generarse una mezcla cultural, donde una cultura no es tan independiente de la otra? García-Canclini, en el año 1989, presenta el concepto de culturas híbridas, que se caracteriza por la fusión de elementos culturales provenientes de diferentes grupos sociales. Este fenómeno se atribuye al impacto de la postmodernidad. Con la creciente fluidez de los intercambios culturales, se generan procesos de hibridación y mezcla, que se vuelven más evidentes debido a la superación de las barreras tradicionales entre las distintas culturas.

Appadurai también aporta sobre culturas híbridas, explora cómo los flujos transnacionales de personas, ideas, imágenes y mercancías en el contexto de la globalización han llevado a la creación de nuevas





*"El tango es el resultado de la hibridación de diversas culturas: gaucha, hispana, africana, italiana y la de aquella enorme densidad migratoria que se concentró a finales del siglo XIX."  
Imagen: <https://www.revistaamiga.com/>*

formas culturales híbridas (Appadurai, 1996). La mezcla de culturas da lugar a nuevas apariciones de nuevas prácticas, expresiones y formas de identidad. Estos procesos de hibridación no implican la disolución de las culturas originales, sino más bien la creación de nuevas configuraciones culturales que combinan elementos de diversas tradiciones.

Las culturas híbridas son el resultado de la mezcla y fusión de diferentes

tradiciones culturales. En una cultura híbrida, se combinan elementos y prácticas de distintas culturas, generando una nueva forma de expresión cultural que refleja la interacción y la influencia recíproca. Las culturas híbridas reflejan la adaptación y la creatividad de los individuos y comunidades al combinar elementos culturales diversos.

### 1.3.1 Diferenciación con Apropiación Cultural

Es importante poner énfasis en que la hibridación cultural se produce en el contexto en que dos culturas comienzan a producir una especie de mezcla. Llegando a consensos y similitud o igualdad en cuanto a significantes, y comprensión del origen del sistema de símbolos que explican la realidad de cada una de ellas.

En otros contextos es posible que las mezclas culturales no dependan del respeto o no exista interés de una cultura en conocer el origen ni los significados de los elementos culturales de otra. Es acá donde ya no se produce hibridación sino que apropiación cultural.

García-Canclini explica cómo en la historia se ha generado una apropiación cultural cuando una cultura dominante penetra en el contexto de otra cultura, imponiendo la propia y adoptando cosas de la cultura dominada sin considerar el origen de esta. Esto sigue manteniéndose y también se ha actualizado.

García-Canclini explica cómo ciertos grupos sociales o individuos adoptan elementos culturales de otras comunidades sin entender su significado original ni respetar su contexto cultural. Por ejemplo, menciona el fenómeno de la moda étnica, donde se comercializan prendas de vestir y accesorios inspirados en culturas indígenas o tradicionales sin reconocer su valor cultural ni beneficiar a las comunidades de origen (García Canclini, 1989). Es una práctica que implica la toma de elementos culturales sin el debido reconocimiento o respeto.

Otros autores como el teórico Bhabha, en base a su trabajo con el postcolonialismo, argumenta que la apropiación cultural no es un simple acto de toma o adopción, sino un proceso complejo en el que los elementos culturales son descontextualizados, recontextualizados y reconfigurados en nuevos contextos y significados. (Bhabha, 1994) Suma la "*ambivalencia cultural*", que sería parte del proceso en el que las culturas se mezclan, y ocurre un tipo de resistencia de la cultura dominada. Bhabha busca cuestionar las relaciones de poder y las jerarquías culturales establecidas. El investigador multidisciplinar James Clifford, en 1997, también plantea interrogantes sobre la apropiación cultural y la ética del intercambio cultural,

enfocándose en las implicaciones políticas y las relaciones de poder que subyacen en estos procesos. Cuestiona las representaciones estereotipadas y simplificadoras que pueden surgir de la apropiación cultural y aboga por una mayor sensibilidad y responsabilidad por parte de aquellos que participan en el intercambio cultural (Clifford, 1997).

La apropiación cultural se da frente a un inicio de intercambio cultural, pero deja de lado todo lo que tiene que ver con el origen y significado que tiene una de las culturas. Se liga directamente con las relaciones de poder entre las culturas que interactúan. Implica una dinámica de poder desigual, donde el grupo dominante toma elementos culturales de una comunidad marginalizada y los utiliza sin considerar ni respetar la historia, el contexto o los derechos de esa comunidad. La apropiación cultural puede llevar a la descontextualización y la explotación de los elementos culturales originales.

Entonces podemos decir que la hibridación cultural implica una fusión creativa y mutua de elementos culturales, mientras que la apropiación cultural implica una toma desigual de elementos culturales sin respetar su contexto y significado original.

En la actualidad, la imagen desempeña un papel crucial en el contexto de la hibridación cultural y la apropiación cultural. Nos encontramos frente a imágenes que a menudo carecen de contexto y pueden ser replicadas por diferentes grupos sociales sin comprender completamente el trasfondo y significado que se encuentra detrás de ellas. Es de vital

importancia que se realice un análisis exhaustivo de estas imágenes y que aquellos que las consumen decidan si profundizar en su origen y explorar todos los elementos culturales que pueden estar asociados a ellas. De

esta manera, se promueve un enfoque más informado y respetuoso hacia la diversidad cultural, evitando la superficialidad y la apropiación irresponsable de símbolos y expresiones culturales.

## 1.4 La imagen, música y medios Audiovisuales

Cuando se produce una interacción global en el intercambio de productos culturales, se hace evidente la influencia de elementos de la cultura pop que se han expandido en Chile gracias a la difusión. En este sentido, se puede identificar claramente un origen comunicacional en este proceso.

La difusión masiva de productos culturales, como música, películas, series de televisión, moda y otros aspectos de la cultura popular, ha sido posible gracias a los avances en las tecnologías de comunicación y la globalización de estos medios, llegando a audiencias de todo el mundo.

La tecnología juega un papel importante ya que es la encargada de codificar la información y llevarla a través de internet y otros medios a diferentes lugares. Así la expansión y la masificación de la cultura pop lleva consigo elementos culturales que son decodificados en otros contextos y permitiendo también que esos mismos medios puedan obtener mayor información con respecto al origen de los elementos que migran.

Como lo explica el ya mencionado sociólogo Stuart Hall (1980), la cultura popular y los medios de comunicación influyen en la construcción de

identidades individuales y colectivas, ya que tienen injerencia en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos y a los demás.

Para Hall, los mensajes mediáticos no son simplemente transmitidos y recibidos de manera pasiva, sino que son codificados por los productores de medios y decodificados por los receptores. Los receptores interpretan los mensajes mediáticos de acuerdo con sus propias experiencias y contextos culturales, lo que puede llevar a diferentes interpretaciones y significados. Además, Guiraud (2004) destaca la relevancia de los medios en los procesos comunicativos, ya que juegan un papel fundamental en la transmisión y comprensión de mensajes. Para él, los medios son una materia de signos que permite vincular la función del código, la estructura y su naturaleza, similar a lo que se busca entender con el término "difusión". En este proceso, la participación del receptor es esencial, ya que debe reconstruir el sentido del mensaje a partir de los signos conocidos en dicho código. Cuando se genera una comunión en el proceso, entre emisor y receptor, pasarán de comunión (entenderse), a colaboración (interactuar), permitiendo así que se formen acciones como conse-

cuencia del mensaje, sin importar exactamente el contenido de este.

La imagen juega un papel extremadamente importante en la construcción de identidad, tanto a nivel individual como colectivo. Vivimos en una sociedad altamente visual, donde las imágenes son una parte fundamental de nuestra experiencia cotidiana. La forma en que nos percibimos a nosotros mismos y cómo somos percibidos por los demás está influenciada en gran medida por las imágenes que consumimos, creamos y compartimos.

Pero no podemos dejar de lado la música como un foco importante dentro de la construcción de identidad. El profesor argentino Pablo Vila, de sociología en Temple University de EEUU, citando a diferentes autores explica cómo la música puede influir en la construcción y expresión de la identidad individual y colectiva. Mencionando a Simon Frith, *"la música sería particularmente poderosa en su capacidad interpeladora, ya que trabaja con experiencias emocionales particularmente intensas, mucho más potentes que las procesadas por otras vertientes culturales"* (Vila, 1996), permitiendo al receptor del mensaje (el público) entrar en el juego de la significación dándole autonomía. Es necesario que exista un código que permita ser entendido por un grupo social pero este no es homólogo, como se pensaba antes, sino que tiene que ver con cómo es recibido por el que escucha.

Con esto es posible enlazar la visión de Pierre Bourdieu que reconoce el gusto cultural como determinante de la condición y posición de las personas en la sociedad. Es a través

del gusto lo que define a los individuos y cómo son vistos por los otros: *"el gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican"* (Bourdieu, 1979). Es donde se pueden generar grupos diferenciados, que poseen una "expresión distintiva" asociándolo al habitus, que el mismo autor define como *"un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir"* (Bourdieu, 1979). Es decir, tiene que ver con vivencias, experiencias e interacciones de las personas generando una estructura de reacción en un grupo social y cultural. La música funciona como un referente con respecto a las posturas de la vida, creando una guía de referencia para la distinción (el gusto), que es lo principal en la diferenciación en la estructura social.

Según Simon Frith (1987), se usa la música pop para que las personas se creen a sí mismas una autodefinición particular para darse un lugar en la sociedad. El gusto musical contribuye a esa autodefinición y puede generar una sensación de pertenencia y reconocimiento en un "sujeto colectivo", revelando cómo se establecen relaciones y se logra la diferenciación en la búsqueda de identidad.

El medio es trascendental al momento de vincular lo que dice Guiraud con lo que ocurre con la cultura pop coreana. El K-pop ha tenido un impacto significativo en la construcción de la identidad coreana a nivel mundial, ya que las imágenes de los ídolos del K-pop y su estilo de vida se han convertido en símbolos icónicos de la cultura coreana. A través de la imagen comienza a instaurarse una interacción que va desarrollándose con el tiempo, transformándose en una interacción cultural. Los medios más destacables y que son la puerta de entrada son los audiovisuales y la música en sí.

En esta compleja interacción, la música y la imagen se unen en la expresión y construcción de la identidad. Estas se fusionan, permitiendo que quienes comparten características similares se relacionen con el contenido consumido y encuentren reflejadas sus identidades en estas expresiones culturales. Permitiendo, de esta forma, que se identifiquen con esto y tengan en común un gusto por lo que escuchan y permitan abrir paso a la incorporación

de elementos culturales.

La función de la imagen en la construcción de identidades es un aspecto clave en la interacción cultural, especialmente en el contexto de la cultura pop coreana. Los medios audiovisuales, como la televisión, el cine y los videos musicales, juegan un papel trascendental en esta dinámica, ya que son vehículos poderosos para transmitir imágenes, símbolos y representaciones culturales. Los videos musicales y la música han sido los principales medios de difusión y promoción. Gracias a la globalización y las nuevas tecnologías de la comunicación, los productos culturales coreanos han alcanzado una audiencia internacional significativa.

Es importante tener en cuenta que este intercambio cultural no es unidireccional. A medida que elementos de la cultura pop global llegan a Chile, también se produce una reinterpretación e incorporación de estos elementos por parte de la sociedad chilena, generando nuevas formas de expresión y significados que reflejan la identidad y las particularidades culturales del país.



*Muchos de los referentes identitarios vienen de las piezas audiovisuales, en el caso del K-pop, los videos musicales. Imagen: Captura Video musical NewJeans - Hype Boy.*



# ANTECEDENTES:

## Caso Cultura Coreana

Para poder entender cómo es posible el origen de la hibridación cultural con base al consumo de productos culturales coreanos, es necesario

comprender cómo esta cultura ha penetrado en los últimos años, por lo mismo veremos un breve resumen de su historia en Chile.

### 2.1 Asiáticos en Chile

Las primeras relaciones entre inmigrantes asiáticos (específicamente chinos) con Chile son los semi-esclavos (o culíes) en Perú, que luego de la Guerra del Pacífico las tropas chilenas recibieron el apoyo de una gran cantidad de trabajadores chinos en la "Campaña de Lima". Posterior a eso se les dio libertad y decidieron traer a sus familias a nuestro país, aumentando el número de provenientes de China. (Martínez, 2009).

Los primeros contactos oficiales entre el gobierno chino y el chileno tienen lugar gracias al aporte británico a los acercamientos en este respecto o "Tratado de Paz y Comercio":

*"Fue así como en 1844, ayudados por Inglaterra, Chile y China firmaron el mismo tratado, estableciéndose consulados chilenos en Cantón [y] Hong Kong... también empezaron a zarpar barcos rumbo a Asia, que partían desde Valparaíso y otros puertos del norte, con cobre y trigo especialmente, que podían demorar hasta 80 días hasta Cantón, en China. Por otro lado, el mercado chileno se empezó a conocer productos chinos como sedas finas, madera lacada,*

*biombos, espadas, medicamentos (un eufemismo para el opio), especies, arroz, azúcar."* (Ahumada, 2007).

Los beneficios que tenía China con respecto a este tratado era el poder brindar una mayor protección a los chinos que habitaban en el país, debido a la precariedad con la que permanecieron hasta ese momento. Para Chile lo importante de este acuerdo era poder exportar salitre, a causa del fuerte impuesto que tenían las exportaciones, lo que beneficiaba al país. (Martínez, 2009).

Esto significó que empezaran a zarpar barcos rumbo a Asia, con cobre y trigo especialmente, que podían demorar hasta 80 días hasta China. Además, el mercado chileno empezó a conocer productos chinos como sedas finas, madera lacada, biombos, espadas, medicamentos (un eufemismo para el opio), especies, arroz, azúcar. Además, en la segunda mitad del siglo XIX, fue promovida la inmigración para enfrentar la escasez de mano de obra en el norte de Chile (Ahumada, 2007).

Actualmente las personas prove-

nientes de países asiáticos no son un número que destaque dentro de los diferentes grupos migrantes que arriban a nuestro país. Solo desde China existen 15.696 personas, según

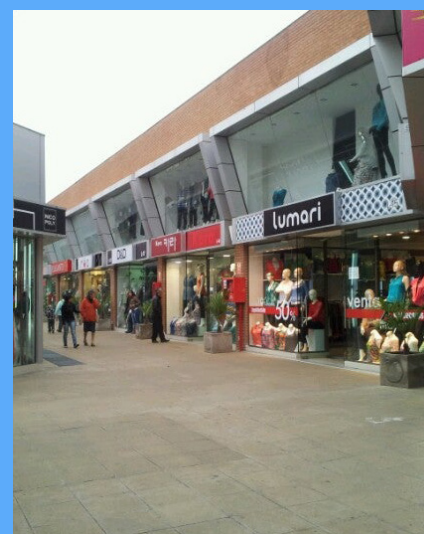
Extranjería y Migración con cifras del 2019, y en el caso de los coreanos la cifra es de casi 2.700 personas.

## 2.2 Coreanos en Chile

La historia de la comunidad coreana en Chile tiene sus raíces en el siglo XX, cuando un número considerable de coreanos emigraron al país en busca de oportunidades económicas y una mejor calidad de vida. Durante la década de 1970, hubo un aumento significativo en la inmigración, especialmente durante el régimen militar en Corea del Sur. Se reconoce el barrio Patronato como uno de los principales lugares donde comerciantes coreanos se hicieron notar en la década de 1980, en conjunto con muchos comerciantes árabes y de otras etnias.

Inicialmente, muchas familias coreanas se dedicaron a la industria agrícola en Chile. La relación diplomática entre Chile y Corea del Sur se formalizó el 18 de abril de 1962, y en 1974, Chile abrió su embajada en Corea del Sur, fortaleciendo los lazos entre ambos países. En 1978 se fundó la Asociación Coreana de Chile, que sigue activa en la actualidad.

Jinok Choi y Camilo Aguirre Torrini en su trabajo "Coreanos en Chile: Aculturación en un Caso de Migración Reciente" (2020) analizan la historia de la comunidad coreana en Chile y



*Embajada de Corea en Chile. Foto sitio Synertec (izquierda).  
Paseo Santa Filomena, Patronato. Foto sitio: foursquare.com (derecha).*



cómo a través de diferentes estudios y autores reflejan las dificultades que ha tenido la comunidad para integrarse en la sociedad chilena. Con este trabajo explican que se les ha estudiado con respecto a las migraciones globales y no se ha destacado la comunidad como en otros países de Latinoamérica, debido a diferentes casos como fueron las dificultades con respecto al clima que no generaban mayor oportunidades para la industria agrícola y también los problemas político-sociales que amenazaban constantemente a la economía entre las décadas del 70 y 80. Pero eso no impidió que se generara un alza en el comercio de coreanos tras el regreso a la democracia en el país. Además se sumó que los países vecinos

mostraron mayor inestabilidad haciendo que migrantes coreanos se trasladaran a Chile. Los que llegaron a Chile directamente desde Corea, lo hicieron en respuesta a acuerdos bilaterales de cooperación económica entre ambos países. Estos acuerdos se iniciaron en la década de los noventa y alcanzaron su punto culminante con la firma del Tratado de Libre Comercio en 2004.

Los coreanos en Chile han realizado importantes contribuciones en diversos ámbitos, como el empresarial, cultural y deportivo, como la masificación del entrenamiento de su deporte nacional, el Taekwondo. Marcas muy bien posicionadas como Kia, LG y Hyundai son muy bien



*Sitio Kosme Chile, agencia del Gobierno de Corea.*

evaluadas por los chilenos. Muchos empresarios coreanos han establecido negocios exitosos en sectores como la industria alimentaria, el comercio minorista y la industria textil. Kosme es la Agencia del Gobierno de Corea enfocada en brindar apoyo integral a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) y startups en nuestro país, las cuales cuentan con miembros como Mall Coreano (tienda online que vende artículos de literatura, libros, cosméticos, lentes de sol y ópticos, accesorios para el hogar y de uso personal), Kosmeticos (Empresa dedicada al *K-beauty* coreano), Synertec (empresa dedicada a la ingeniería, construcción y mante-

nimiento de plantas de energía renovable), entre otras. Además, la comunidad coreana ha enriquecido la diversidad cultural del país compartiendo su música, danza, gastronomía y celebraciones tradicionales.

En el 2022, se celebraron 60 años de diplomacia entre Chile y Corea del Sur, lo que generó instancias de integración cultural entre ambos países. Se llevaron a cabo concursos como "Chile-Corea: Amistad Cruzando el Pacífico" y el "2022 K-Pop World Festival en Chile". Además, se publicó el libro "CHILE Y COREA HACIA EL FUTURO 60 años de relaciones bilaterales" por la Biblioteca del Congreso



*Afiche promocional Concurso K-Pop World Festival 2022, concurso de baile y canto organizado por la Embajada de Corea en Santiago.*



*BTS, banda coreana con mayor popularidad internacional. Foto sitio: Getty Images*

Nacional de Chile (BCN). También se organizaron eventos para discutir sobre las culturas de ambos países, como el Congreso “60 años de relaciones diplomáticas entre Chile y Corea: Chile a los ojos de Corea”,

donde estudiantes chilenas de la PUCV (Paula Gómez y Carla Celis) expusieron sobre temas culturales en la Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros, en Corea del Sur.

### **2.2.1 Korean wave**

Los 60 años de diplomacia no sólo dejaron consigo un grupo de empresas coreanas establecidas en Chile sino que también se incorporaron elementos de la cultura popular coreana. Junto con esto muchas personas chilenas se abrieron a la posibilidad de conocer un poco más de estas características y se ve reflejado en los concursos o llamados de la Embajada de Corea en Chile y la participación de los asistentes a las diferentes actividades que pretenden promocionar la misma y fomentar el turismo al país asiático.

Wonjung Min explica la *Korean Wave* o Hallyu, a través de diferentes autores, lo define como el fenómeno originado a partir de la cultura popular coreana que derivan en los productos culturales como dramas de televisión, cine coreano, juegos de internet, moda comics y música pop, sobre todo aquella que es bailable o parte de algún soundtrack (Min, 2015).

No solo como algo ocurrido en Chile, sino como a nivel internacional y la define (citando a Ravina, 2009) como “*la visibilización de la cultura coreana*”

en el ámbito internacional, la cual habría comenzado en el este asiático durante los años 90 para expandirse a otros lugares del mundo" (Min, 2015). Es considerado como un fenómeno cultural y comercial. La singularidad de esto es que los productos culturales permiten "conocer Corea", haciendo que la gente interesados en solo una cosa comiencen a indagar más en el ámbito de la cultura coreana

Min explica que existen cinco factores (controversiales por diferentes académicos) por lo cual tuvo éxito la *Korean Wave*. Por un lado serían las medidas que tomó el gobierno para promocionarlas, viendo las posibilidades

económicas relacionadas a la industria de productos culturales. Como segundo factor se relaciona a la sensibilidad y estética. Lo que muestran los dramas donde se promueve la familia y la piedad filial, cosas que ayudan al consumo de público conservador. El tercer factor son los fandoms. En cuarto lugar estarían las motivaciones económicas que existen tras este fenómeno, por lo que el gobierno y las compañías se han encargado de dar apoyo a la producción cultural coreana. Y el quinto es cómo las producciones han logrado mezclar la estética oriental ligada a un poco de estilos de vida occidentales.

### 2.2.1.1 Música y sus derivados

A principios de la década de 2000 el género musical coreano comenzó a ganar popularidad a nivel internacional, por su mezcla de géneros y además por sus piezas audiovisuales. A medida que el K-pop se volvió más conocido en todo el mundo, incluido

Chile, su influencia y presencia se hicieron evidentes en la cultura musical del país. No sólo por lo que significa hoy en día la masividad del género, sino que también todo lo que ha traído consigo a lo largo de los años.

## 2.3 Breve Historia del K-pop

El pop coreano moderno se originó gracias al grupo Seo Taiji and Boys, que con influencias propias del rap y hip-hop hicieron que el país le diera una oportunidad. En 1995 logra alcanzar popularidad y vender 4 álbumes de estudio. Fue el primer acercamiento a la hibridación musical con influencias provenientes de otros

continentes. Anteriormente, lo que se conocía como pop en Corea del Sur era música ligada a temas más tradicionalistas, que con lo occidental fueron incorporando sonidos folk, hippie y baladas.

En 1996, SM Entertainment, una de las empresas más poderosas dentro de la



*Seo Taiji and Boys (izquierda). BoA (derecha)*

industria de entretenimiento coreana, debutó a su grupo H.O.T. que fue la primera agrupación en conquistar países como China. Así se fueron sumando otros artistas como BoA (2000), que hasta hoy es muy reconocida en Japón, o Rain (2002), que fue el primer artista en presentarse en el Tokyo Dome en 2007. Mientras que en nuestro país estos cantantes eran más reconocidos por los fans de animé, que estaban más ligados a lo que promocionaban esos artistas en Japón.

Ya en el 2000 existían algunas empresas de entretenimiento muy

reconocidas, que se dedicaban a reclutar jóvenes para convertirlos en artistas, si bien, no lejos de polémica debido a que se ha requerido implementar leyes contra la explotación y los contratos demandantes, donde se ha abusado de la vida de sus artistas. Aún así, se han ido multiplicando las agencias y los grupos que con el tiempo han ido sumando otras influencias de música popular occidental dando como resultado un género propio, con la hibridez de los diferentes sonidos y géneros musicales que en occidente antes no se habían mezclado.

## 2.4 K-pop en Chile: interés por lo surcoreano

La música fue la puerta de entrada para que lo coreano se masificara en nuestro país. Si bien ya contábamos con tecnología de origen coreano como Samsung o Daewoo, es con la música y los videos musicales que se empezaron a popularizar los guiños coreanos, lo que se vio mejor reflejado desde el 2007-2008. Es importante recalcar que esto se originó debido a los espacios que empezaron a masificar a "lo coreano": en especial su música, en los eventos de animé.

En primer lugar, la música en sí misma refleja una fusión de géneros y estilos musicales. El K-pop incorpora elementos del pop occidental, hip-hop, electrónica, R&B y otros géneros musicales, creando un sonido único y distintivo. Esta combinación de estilos musicales resulta en una experiencia auditiva híbrida que atrae a los fans chilenos.

Uno de los momentos más emblemáticos del movimiento *Hallyu* fue cuando los fanáticos del K-pop comenzaron a utilizar espacios para ensayar y bailar canciones, imitando a los grupos coreanos. Cada uno de ellos se esforzaba por reproducir de manera impecable la coreografía, la personalidad artística y, sobre todo, el estilo de moda asociado a cada canción. Y esto se fue masificando y ganando interés en los jóvenes.

En Santiago, se ha experimentado una expansión notable en relación con el fenómeno de la Korean Wave. Todo comenzó en el Parque San Borja, ubicado en el centro de Santiago, donde se congregaban numerosos jóvenes interesados en practicar el baile. Sin embargo, debido a la gran afluencia de personas, el espacio se volvió insuficiente.



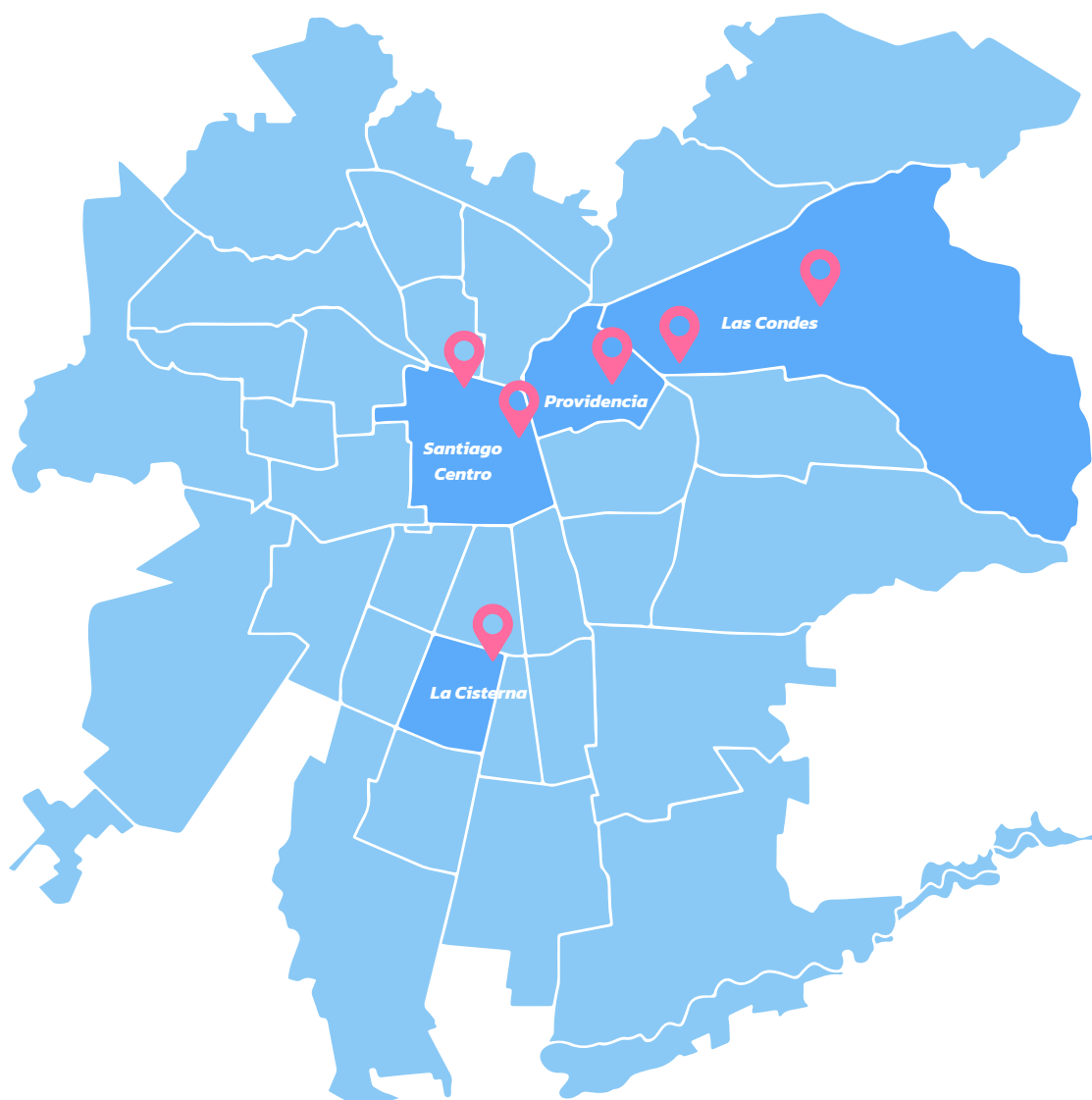
*Grupos ensayando en el Parque San Borja (izquierda). Grupo bailando en el Centro Cultural GAM (derecha)*

Como resultado, los alrededores de la Mutual de Seguridad, situada al cruzar la calle del parque, se convirtió en un punto de encuentro adicional. Posteriormente, desde el 2014, el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM) también se sumó a esta tendencia. En 2016, se añadieron algunos edificios cercanos al Centro Cultural Estación Mapocho, específicamente entre las torres de las oficinas de Aguas Andina, así como en algunos

rincones del centro de Santiago. Con el impulso proporcionado por el GAM, estos grupos tuvieron la oportunidad de ensayar dentro de sus instalaciones, utilizando las salas de ensayo disponibles. Aunque no se puede cuantificar el número exacto de grupos, estos hechos demuestran el interés por esta práctica.

Para el año 2019, se podía observar un aumento significativo de personas

### Principales lugares de ensayo de grupos de baile en Santiago



interesadas en la música coreana y sus coreografías en diferentes puntos de Providencia, Las Condes e incluso en las afueras de estaciones del metro, como La Cisterna o Los Domínicos. No solo se masificó como una forma para representar a los grupos, sino también reflejó el interés de querer fomentar la cultura coreana. Comenzó como un modo de fomentar todo lo relacionado al movimiento Hallyu. Así, existían eventos para que los diferentes grupos pudieran presentar los bailes al público. Pero con el paso del tiempo esto fue sumando otras ramas. Por un lado comenzaron a aparecer competencias y eventos cada fin de semana en diferentes puntos de Santiago. Estos solían realizarse en los teatros Normandie, cerca de la Moneda, y Teatro Parque Cousiño cerca del Parque O'Higgins.

Por diferentes causas aparecían cada vez más eventos de este tipo, donde se comenzaba a fomentar junto con ello la comida coreana y elementos culturales.

Otro hito importante es el cómo las municipalidades, al ver la presencia de los jóvenes en sus inmediaciones, quisieron aportar también para fomentar temas culturales y de integración. En 2022, la municipalidad de Las Condes tomó la iniciativa de organizar un evento, ya que muchos grupos aprovechaban los vidrios del Teatro Municipal como superficie para continuar ensayando. No solo Las Condes, sino también San Miguel organizó su propio concurso a mediados de 2022, reconociendo así el talento y la dedicación de estos jóvenes.

La Embajada de Corea tampoco se quedó atrás, ya que desde hace bastante tiempo comenzó a fomentar este movimiento cultural a través de diferentes programas. Uno de los principales, que sigue hasta hoy con actualizaciones, es el concurso de la Embajada. En octubre del 2009 comenzaron con "La Noche de la Cultura Coreana" que tenía como eje principal fomentar la cultura coreana



*Afiche concurso de la municipalidad de San Miguel, Santiago (izquierda). Afiche concurso K-pop World Festival, organizado por la Embajada de Corea (derecha).*

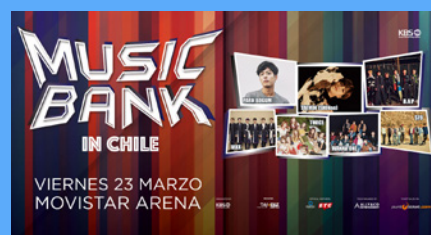


a través de un concurso de baile. En el 2012 cambió a "K-pop World Festival" que se ha hecho sin falta cada año, teniendo como finalidad encontrar a un grupo de baile que logre representar a Chile en la competencia internacional de K-pop realizado en Corea. En el año 2015 Level Two de Santiago representó a Chile en el concurso en Corea. Y en el año 2022 el grupo Soldier, de Santiago, representó a Chile y obtuvo el primer lugar en el concurso internacional.

El fenómeno no sólo quedó en la calle, eventos o competencias de baile, sino que también aparecieron diferentes academias donde enseñan a bailar estas coreografías como por ejemplo KC Dance Studio, MCD Dance Company y HANSANG KPOP ACADEMY. En un inicio se centraron en el K-pop, pero hoy también fomentan la mezcla de diferentes estilos dentro de un mismo profundizando en ellos para poder entender cómo funciona el K-pop a nivel rítmico.

Otro factor importante que evidencia el creciente interés por la música coreana son los conciertos de diversos artistas coreanos que se han llevado a cabo en el país. En 2012, se realizaron dos destacadas presentaciones: por un lado, el primer grupo en venir fue JYJ, lo que demostró la existencia de un sólido público interesado. Además, se llevó a cabo el primer festival coreano en Viña del Mar, el "Music Bank", que luego se repetiría en 2018 y nuevamente en 2022, presentando una destacada alineación de artistas coreanos.

Estos festivales son un ejemplo elocuente del crecimiento de la popularidad, ya que todas las ediciones agotaron sus entradas y los lugares donde se realizaron fueron testigos del creciente número de fanáticos que se sumaban a esta tendencia. En 2012, el evento tuvo lugar en la Quinta Vergara, con una capacidad de 15.000 personas. En



*Primer Music Bank en Viña del Mar (izquierda). Afiches del segundo y tercer Music Bank en Chile (arriba: 2018, abajo: 2022).*



*Concierto NCT 127 en Chile, enero 2023. Foto: Agenda musical.*

2018, se llevó a cabo en el Movistar Arena, con una capacidad de 16.522 personas, y en 2022 se realizó en el Estadio Monumental, con una capacidad de 47.000 personas. Estos números reflejan claramente el incremento en la demanda y la asistencia de seguidores en el país.

La lista de artistas coreanos que se presentan en conciertos también ha experimentado un crecimiento significativo y constante. Solo en lo que va del año 2023, se han programado un total de 13 fechas para diferentes artistas coreanos en Chile. Estos incluyen a NCT 127 en enero, Super Junior y Oneus en febrero, The Rose en el festival Lollapalooza y Bloo en marzo. Además, tuvimos la participación de Jackson Wang, pH-1 y MCND en mayo. PIHARMONY y NCT Dream en julio, EPIK HIGH y ATEEZ en agosto, VAV, Kingdom y Aespa en septiembre y Eric Nam en noviembre.

Si se compara con el año pasado, además del tercer Music Bank en Chile, se presentaron otros grupos y artistas como KARD, DPR, (G)i-dle, The Rose, W24 y Kim Hyun Joong. Esta variedad y el aumento en la cantidad de conciertos reflejan el creciente interés del público chileno por la música coreana y la amplia oferta de artistas que llegan al país para satisfacer esa demanda.

La cultura del K-pop en Chile también puede considerarse como una forma de cultura híbrida. El K-pop es una fusión de diferentes influencias musicales y estilísticas de Corea del Sur y otros países, y su difusión en Chile implica una mezcla y adaptación de estas influencias a la cultura local.

El interés de Chile por la cultura coreana y el movimiento Hallyu se ha manifestado en diversos medios, más allá de la música. Por ejemplo, en Twitter, Chile se ha destacado como



(De izquierda a derecha) Carteles de conciertos en cines de Mamamoo, Seventeen y BTS en solitario: Suga

uno de los países que más habla sobre K-pop en Latinoamérica, junto con México, Brasil, Perú y Argentina. En el año 2020, el hashtag #KpopTwitter alcanzó un récord con 6.7 mil millones de tweets, situando a Chile en el puesto número 16. En el año 2022, Chile subió al puesto número 15, con un récord global de 7.8 mil millones de tweets. Estos datos reflejan la participación activa de los fans chilenos en las redes sociales, donde comparten contenido relacionado con el K-pop y demuestran su entusiasmo por esta forma de música y cultura. El alto número de tweets y el posicionamiento de Chile en el ranking de discusiones sobre K-pop en Twitter destacan la relevancia que este fenómeno tiene en el país y cómo los fans chilenos se mantienen activos y comprometidos en las redes sociales para expresar su apoyo a sus artistas y grupos favoritos.

Además, es importante destacar que los cines también han comenzado a incorporar en sus carteleras eventos relacionados con la música coreana. Esto incluye la proyección de conciertos en cines, documentales sobre artistas coreanos y, en algunos casos, incluso musicales basados en la cultura y la música de Corea.

Esta inclusión de eventos relacionados con la música coreana en las carteleras de los cines contribuye a difundir y promover aún más la cultura coreana en Chile, ampliando el alcance del Hallyu y brindando a los fans una experiencia única y emocionante en el entorno cinematográfico.



*(De izquierda a derecha) Afiches de serie "Squid Game" (con gran popularidad en Netflix). Afiche "Parasite", película ganadora del Oscar a Mejor película en 2020. Director Bong Joon-ho (de "Parasite") y los Oscars que ganó la película.*

#### 2.4.1 Series, Películas (Streaming)

La música coreana no solo atrajo la atención de las personas por su sonido, sino también por la notable calidad artística de sus cantantes. Los fans comenzaron a seguir de cerca las carreras de sus artistas favoritos y descubrieron que muchos de ellos también incursionaban en la actuación. Esto condujo a la creciente popularidad de los K-Dramas en segundo plano. En sus inicios, los K-Dramas eran poco conocidos y a menudo se asociaban con el anime y otros contenidos asiáticos populares en ese momento (años 2007-2010). Sin embargo, en Chile, su presencia se hizo notar en la televisión abierta gracias a Mega, que transmitió algunas series y luego las incluyó como parte esencial de su programación en su canal de cable, donde predominaban los contenidos japoneses y de temática gamer (etcTV de Mega).

La accesibilidad a Internet permitió a los espectadores chilenos encontrar más información sobre los K-Dramas y descubrir una amplia variedad de títulos a través de plataformas como Viki, seguidas posteriormente por los servicios de streaming como Netflix. Con el tiempo, Netflix también comenzó a apostar por la incorporación de más series coreanas en su catálogo. Solo en Chile, durante el año 2020, se registró un aumento del 160% en las visualizaciones de este tipo de contenido, lo que demuestra el creciente interés del público chileno. Esta tendencia abrió una puerta de entrada mucho más amplia, permitiendo a los espectadores sumergirse en producciones más tradicionales, como las series ambientadas en diferentes épocas de Corea.



*"Boys Over Flowers" fue la serie coreana con mayor popularidad en Chile en señal abierta (Mega) y la más repetida en etcTV (canal del cable)*

En el año 2022, TVN estableció una alianza con una de las cadenas más importantes de televisión en Corea del Sur, KBS. Esto se manifestó con la participación del canal chileno en la organización del Music Bank en 2022, y su transmisión oficial en señal abierta. Además, se ha mencionado que durante el 2023, TVN incorporará contenido coreano en su programación. Canal 13 también apostó por series provenientes del país asiático, transmitiendo "Escalera al cielo" (que ya había

sido transmitida por TVN en el año 2006) a finales de 2022, y posteriormente apostando por otros dos títulos: "Sorpresas del Destino" y "Mirada de Ángel". Estas decisiones de los canales de televisión reflejan el interés y la demanda de los espectadores chilenos por las producciones coreanas. Es importante recalcar esto, ya que es un gran paso para que la cultura coreana entre a los hogares a través de un medio tradicional y que está en el común de la sociedad chilena.

## 2.4.2 Maquillaje y Moda Coreana

Con la creciente popularidad de las series coreanas y el fervor por los artistas del K-pop, diversos elementos presentes en estas producciones empezaron a ganar popularidad. Uno de ellos fue el cuidado de la piel, lo cual revolucionó la industria de la cosmética coreana a nivel internacional. Según el sitio web del laboratorio Coréana (coreanachile.cl), *"la popularidad de la cosmética coreana se debe a que las coreanas son un ejemplo de tener una piel saludable y bien cuidada. La cultura del cuidado de la piel es mucho más arraigada en Corea que en Occidente, lo que ha llevado al desarrollo de productos con principios activos naturales de alta calidad y una efectividad única"*.

Este auge en el interés por la cosmética coreana se fue propagando entre las personas que consumían productos populares coreanos, lo que

permitió destacar su calidad y elevar sus estándares. Coréana es uno de los laboratorios más importantes en Corea del Sur, que trabaja con marcas comercializadas en Chile, como GAON, AMPLE:N, PREANGE y LAVIDA. Además, las grandes cadenas de farmacias también ofrecen marcas de productos de belleza coreanos, promocionándolos de manera llamativa para atraer la atención del público y enfatizar su calidad, lo que se suma a las pequeñas tiendas en instagram que se especializan en la importación de cosmética de este tipo.

En consecuencia, la influencia de las series coreanas y el interés por la piel saludable y bien cuidada han impulsado la popularización de la cosmética coreana en Chile, con marcas reconocidas y disponibles en el mercado. Esto ha permitido que los consumidores puedan acceder a productos de calidad respaldados por



Lanzamiento Coréana en Chile.

la reputación de las marcas coreanas y las opciones de compra en farmacias u otros establecimientos.

Con todo esto se ha hecho moda el cuidado de la piel o skincare al estilo coreano, ya que cuenta con una rutina completa para mantener la piel saludable, hidratada y suave.

Es muy popular conocida como “la rutina de 10 pasos” y demostrando que con esto se ha transformado la práctica de cuidado facial, por ende se le consideraría un ejemplo de hibridación cultural.

### 2.4.3 Gastronomía, Barrio y la calle Seúl

Tal como sucedió con los productos de cosmética, la comida fue una de las cosas que más llamaba la atención de los K-dramas, y de a poco se fue convirtiendo en algo muy cotizado por los fans del K-pop y posteriormente por gente interesada en conocer sabores nuevos.

No hay un seguimiento exacto de la cantidad de restaurantes de comida coreana que se han ido sumando en Santiago, pero la mayoría están ubicados en Barrio Patronato. Lo que

empezó con un par de locales reconocidos por fans del K-pop y el local de “pollos fritos coreanos” pasó a ser el Barrio denominado “barrio coreano”.

La popularidad de la gastronomía coreana no se limita solo a la ubicación de los restaurantes, sino que también ha generado un gran interés en Chile. Según un artículo de la Revista CAV publicado en 2022, se destaca el desarrollo de la comida coreana en el país y la formación de la Asociación Gastronómica de Coreanos



(izquierda a derecha). Plato coreano, Samsen U dong (Dariwon Restaurant). Comida restaurant Every Day. Plato Inspirado en la comida coreana, restaurant Bao Mamba.

en Chile, que cuenta con la participación de 20 restaurantes asociados. El artículo también menciona la singularidad de cada uno de estos establecimientos y destaca la opinión de Alejandro Han, propietario de Mr Han's Chicken, conocido por su pollo frito coreano.

Según Han, la mayoría de los visitantes de su restaurante son chilenos, y este número ha ido en aumento a lo largo de los años. Mr Han's Chicken ha estado funcionando desde 2014 y ha experimentado un crecimiento significativo en su clientela. Este ejemplo refleja cómo la comida coreana ha ganado popularidad entre los chilenos y ha logrado atraer a una base de clientes cada vez más amplia.

La presencia de la Asociación Gastronómica de Coreanos en Chile y la diversidad de restaurantes coreanos en el país demuestran el impacto positivo que la gastronomía coreana ha tenido en la escena culinaria local. Su creciente popularidad ha permitido a los chilenos disfrutar de una amplia gama de sabores y platos tradicionales de Corea, lo que ha contribuido a enriquecer la oferta gastronómica en Chile.

Un momento importante en la gastronomía chilena-coreana fue la realización del Primer Concurso Hansik en Chile en el año 2020, organizado por la Embajada de Corea. Este concurso internacional destacó por la fusión de platos de ambas culturas culinarias. Entre los platos ganadores se encontraba el "Sopai Dak", presentado por Nicole Millar, una versión libre de sopaipillas picantes rellenas. En segundo lugar se ubicó Guillermo Ponce con su "charquicán de kimchi", una combinación entre

el tradicional charquicán chileno y el kimchi coreano, que es reconocido internacionalmente como un alimento muy nutritivo. El tercer lugar lo obtuvo Augusto Ha Chun con su "guisado de mote acompañado por galbi de cerdo en salsa gochujang", mostrando una interesante mezcla de ingredientes y sabores (Chef & Hotel, 2020).

Este concurso demostró cómo la fusión de las gastronomías chilena y coreana puede dar lugar a creaciones únicas y deliciosas. Además, resalta la apertura hacia la experimentación y la incorporación de ingredientes y técnicas culinarias de ambas culturas. Estas iniciativas promueven la diversidad y el intercambio cultural a través de la comida, enriqueciendo la escena gastronómica local y ofreciendo a los comensales nuevas experiencias culinarias.

El barrio Patronato se ha convertido en un lugar emblemático al contar con una amplia oferta de productos provenientes de Corea del Sur. Además de los restaurantes, el barrio se destaca por albergar numerosas tiendas que ofrecen mercadería coreana. Uno de los puntos destacados es el Paseo Santa Filomena, conocido popularmente como el "mall coreano". Aquí se pueden encontrar desde tiendas de ropa hasta un supermercado que ofrece una amplia selección de snacks y diferentes ingredientes para cocinar platos tradicionales coreanos.

Como un nuevo hito en la zona, en marzo de 2023 se inauguró el primer patio de comida rápida coreana en el mismo Paseo Santa Filomena. Este espacio brinda la oportunidad de disfrutar de una experiencia culinaria



rápida y auténticamente coreana, ofreciendo una variedad de platos tradicionales en un ambiente acogedor.

En el barrio Patronato, como resultado del significativo aporte cultural manifestado, tuvo lugar un hecho destacado en el año 2022: el cambio de nombre de una de sus calles. La calle anteriormente conocida como Asunción pasó a llamarse Seúl. Este importante gesto fue llevado a cabo por el Alcalde Jadue y el embajador Hwang Kyung-tae, quienes realizaron una ceremonia para conmemorar esta acción significativa. Con este acto, se reconoció y valoró los más de 50 años

de contribuciones realizadas por la comunidad coreana a la comuna.

La presencia de estas tiendas y el crecimiento de espacios especializados en productos y gastronomía coreana en el barrio Patronato demuestran el impacto y la popularidad que ha alcanzado la cultura coreana en Chile, y ofrecen a los amantes de la cultura coreana una experiencia completa donde pueden adquirir productos, disfrutar de la comida y sumergirse en el ambiente coreano sin necesidad de viajar al país asiático.



*Fotos del cambio de Nombre a calle Seúl en Patronato, Recoleta. Embajador y alcalde de la comuna. Imágenes: Embajada de Corea en Chile*



## PLANTEAMIENTO

En un mundo cada vez más globalizado, estamos constantemente en contacto e interacción con diversas culturas. A través de los medios visuales, en particular, notamos un intercambio de elementos y productos culturales que enriquecen nuestra experiencia. En este contexto, es importante reconocer que los fanáticos del K-pop, desde finales

de la década de 2000, abrieron una puerta para explorar más a fondo la cultura popular coreana.

Comenzando con los videoclips y posteriormente adentrándose en series y películas, se revela una nueva faceta de estos fanáticos, quienes descubren que detrás de estas imágenes también se encuentra una



*Screenshot del video musical de Aespa Black Mamba.*

rica cultura. Con el tiempo, surgieron otros intereses, como el cuidado de la piel, la interacción con los artistas coreanos a través de diversos medios (conciertos, chats con idols, video-llamadas durante las promociones) y la adquisición de nuevos hábitos de compra en tiendas coreanas. También se observa un creciente interés por la gastronomía coreana, el idioma y el deseo de conocer más sobre el país

asiático. Todo esto demuestra cómo hemos incorporado elementos de la cultura coreana a nuestra propia cultura, o el interés por hacerlo.

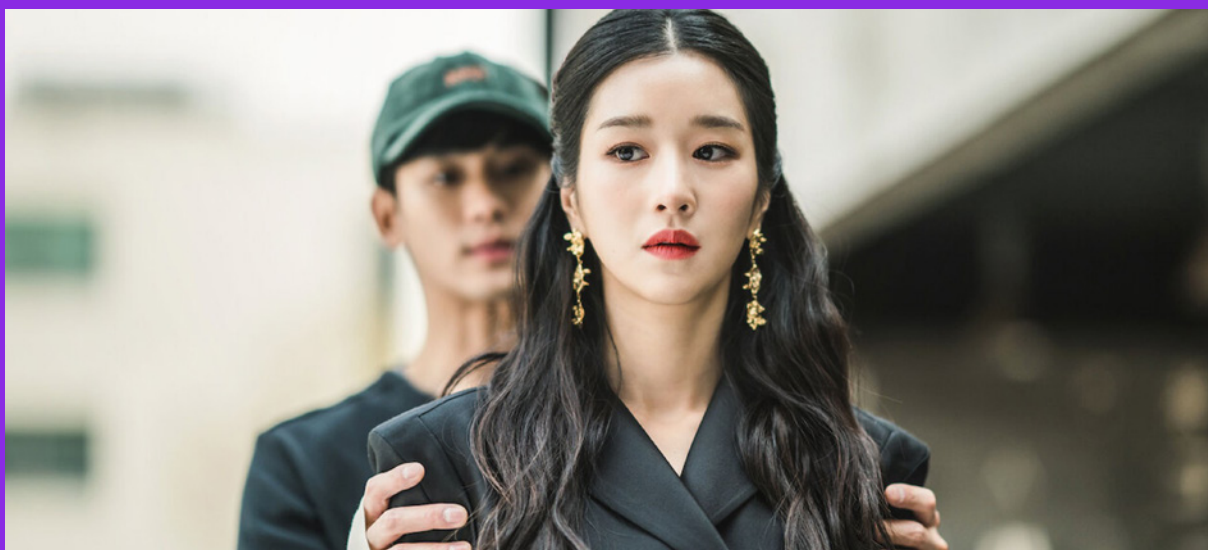
La cultura juega un papel crucial al momento de generar estas interacciones, ya que no estamos frente a personas de una cultura viendo cómo funciona otra, sino que estamos frente a una interacción cultural

que genera una respuesta importante frente a quien consume estos productos culturales. Es aquí cuando el interesado en la cultura coreana comienza a adquirir y seleccionar información que viene de la mano con estos productos, generando una nueva "cultura" que cuenta con los nuevos significados que va aprendiendo de la cultura coreana y los transforma para su conveniencia, teniendo en claro su papel dentro de la cultura coreana observada. Esto da lugar a la formación de nuevas formas de vida y comunidades entre los participantes de este proceso de absorción cultural.

Siguiendo las ideas de Wagner, podemos observar cómo cada consumidor de productos culturales coreanos se impregna de conocimientos sobre la cultura que están

explorando, principalmente a través de imágenes. Luego, según Wittkower y su concepto de difusión, estos consumidores asimilan, adaptan y, en muchos casos, transforman estas características culturales para hacerlas propias y normalizarlas dentro de su propio entorno.

Con todo lo expuesto, surge una hipótesis interesante: el fenómeno Hallyu ha logrado adentrarse en nuestra cultura a través de una amplia gama de productos culturales, desencadenando un impacto social y cultural en aquellos que los consumen, decantando en una hibridación cultural que se aleja del referente inicial coreano, donde si bien se tiene certeza del origen, se transforma generando una cultura nueva.



*Screenshot serie coreana "It's okay not to be okay"*



*Grupo Dreamers, tributan a Dreamcatcher (arriba).  
Grupo Soldier, Ganadores del K-pop World Festival 2023 (abajo, izquierda).  
Mercancía de grupo musical coreano. (abajo, derecha)*



# OPORTUNIDAD

El planteamiento de este proyecto abre la posibilidad de indagar más allá de lo que ha producido el consumo de productos culturales coreanos en las personas que se han interesado a lo largo de los años en ellos y de cómo fueron incorporando ciertas características en su día a día, generando hibridación cultural a base de la cultura chilena (de quienes consumen productos coreanos) y la coreana (que es la que entra a través de la imagen como primera instancia). Bajo esta línea, se propone indagar en la vida cotidiana de las personas que han consumido productos culturales coreanos y han decidido llevarlo más allá de un simple medio digital para poder dar a conocer los procesos de hibridación cultural a través de la imagen. Plasmarlo en una pieza audiovisual radica en varios aspectos significativos:

## **1. Promover la apreciación y el entendimiento cultural:**

La cultura coreana ha ganado popularidad en Chile y ha generado una base de fans apasionados. Al mostrar los procesos de hibridación cultural en la cultura coreana a través de la imagen, se fomenta una mayor apreciación y entendimiento de las influencias culturales que se fusionan en el K-pop, el cine, la moda y otros aspectos de la cultura coreana. Esto ayuda a romper estereotipos y prejuicios, promueve una visión más amplia y respetuosa de otras culturas.

## **2. Fortalecer la identidad cultural:**

Al comprender y adoptar los procesos de hibridación cultural en la cultura coreana, los amantes de esta cultura en Chile pueden fortalecer su propia

identidad cultural. A través de la imagen, pueden explorar y adoptar elementos de la cultura coreana que resuenen con ellos, al mismo tiempo que los adaptan a su contexto chileno. Esto les permite desarrollar una identidad cultural más rica y diversa, que combina influencias locales y globales.

## **3. Celebrar la diversidad cultural:**

El K-pop se caracteriza por su capacidad para fusionar elementos de diferentes culturas y estilos musicales. Mostrar cómo las personas que consumen productos coreanos adoptan y adaptan estos elementos en su propia identidad cultural a través de la imagen puede ayudar a celebrar la diversidad cultural y resaltar la belleza de la mezcla cultural.

## **4. Romper estereotipos y prejuicios culturales:**

El K-pop ha desafiado muchos estereotipos y prejuicios culturales al ganar popularidad en diferentes partes del mundo. Se puede desafiar aún más estos estereotipos y prejuicios al mostrar cómo la cultura coreana influye positivamente en la vida de las personas y cómo la diversidad cultural enriquece nuestras experiencias.

## **5. Inspirar a otros a explorar y abrazar nuevas culturas:**

Al mostrar cómo los consumidores de productos coreanos se involucran activamente en la hibridación cultural, se puede inspirar a otros a explorar y abrazar nuevas culturas. Sobre todo para aquellos que desean ampliar sus horizontes culturales y sumergirse en la riqueza de la diversidad cultural.





# PROYECTO

Pieza audiovisual documental corto que refleje el impacto de la hibridación cultural generada a partir del consumo de productos culturales coreanos en Chile. La pieza seguirá a varias personas que han estado inmersas en un consumo constante de productos culturales coreanos, con el objetivo de entender los cambios que esto ha generado en sus vidas y cómo ha influido en la formación de su identidad.

La pieza se concibe para una audiencia abierta y propone un acercamiento al desarrollo de identidad generada por el consumo de productos culturales coreanos. Mostrando lo que puede provocar el consumo de estos productos, proponiéndose como un aporte al estudio de hibridación cultural originada por el consumo de imágenes que traían consigo elementos de la cultura coreana.

## 5.1 Objetivos

### Objetivo General

Evidenciar cómo se ha generado la hibridación cultural debido al consumo de productos culturales coreanos en Chile.

### Objetivos Específicos

Identificar las hibridaciones culturales Corea-Chile que no constituyen una apropiación cultural.

Demostrar cómo se manifiesta la hibridación cultural en la identidad de las personas que consumen productos culturales coreanos.

Registrar las experiencias cotidianas de diferentes personas que consumen productos culturales coreanos para visualizar las diversas manifestaciones de la hibridación cultural Corea-Chile.

## 5.2 Fundamentación

Desde que se tiene conocimiento de la Korean Wave se ha mostrado el interés de las personas por la cultura coreana. La misma Embajada de Corea se ha dispuesto a fomentar su cultura y dar a conocer cómo los chilenos están interesados en saber más de Corea. Por lo mismo es importante ir más allá de lo propuesto y expuesto en reportajes de TV y lo mismo que muestra la Embajada en sus medios de comunicación.

Es necesario seguir indagando y poner en comunión lo que muchas personas que consumen productos coreanos se dedicaron a profundizar en lo cultural, adquiriendo características de la cultura coreana (o a la que se podía acceder desde acá). Y también sumar los cambios que provocaron en cada una de estas personas. Cada uno de los consumidores de estos productos tuvieron que indagar y conocer una cultura casi desconocida, de la que no se hablaba tanto. Y frente a esto fueron aprendiendo, obteniendo características y modos diferentes de ver, y comprendiendo, los significados de lo que veían a través de los primeros elementos adquiridos. Luego los resignificaron y generaron un filtro hacia la cultura propia de los

chilenos. Pero sin notar de forma tan consciente, la hibridación cultural que se estaba produciendo en ellos.

Este proyecto pretende profundizar en cómo fue el proceso de hibridación cultural al adquirir estos productos culturales, y qué tan importante fue la propagación de los mismos. Busca mostrar la importancia de dar a conocer los procesos de hibridación cultural que experimentan las personas que consumen productos culturales coreanos, a través de la imagen, como una forma de enriquecer nuestra cultura y generar una mayor comprensión y aprecio por la cultura coreana.

Esta exploración nos permite evidenciar que podemos adquirir elementos culturales a través de la imagen y que dichos elementos son asimilados, adaptados y permiten una transformación identitaria. Y no solo demostrando que fue una moda pasajera, sino que se ha transformado en un nuevo estilo de vida que llevó a estas personas a hacer cambios en su forma de ver el mundo y comprender que podemos adquirir elementos culturales coreanos sin estar en Corea necesariamente.

### 5.2.1 Aporte al registro audiovisual

Este proyecto audiovisual será un valioso aporte al registro visual y a la comprensión de la hibridación cultural, así como a los temas relacionados con el fenómeno del K-pop en

el contexto cultural. En nuestro país, existe un vacío en el estudio de la cultura "coreano-chilena", que abarca elementos complejos relacionados con las transformaciones y cambios

sociales derivados del consumo de productos coreanos.

La documentación visual que se generará a través de este proyecto será una contribución significativa a la cultura visual de nuestro país. Además, ayudará a explorar cómo las imágenes pueden migrar y transportar elementos culturales, y será de interés para los estudios antropológicos sobre la hibridación cultural en base a elementos audiovisuales.

Este proyecto no solo ofrecerá un valioso material audiovisual, sino que también se convertirá en una fuente importante de información para comprender la intersección entre la cultura coreana y chilena, así como los efectos sociales y culturales, en relación a la formación de identidad, resultantes del consumo de productos coreanos.

### 5.2.2 Metodología

Para el proyecto es necesario recopilar información cualitativa con respecto a las personas que compartirán su historia con respecto a cómo comenzaron a consumir productos coreanos. Para esto se utilizó la siguiente metodología:

**1. Estudio con respecto al K-pop en Chile:** Se busca a través de los diferentes medios reconocidos en la investigación previa personajes que pueden estar sumergidos en el ambiente. Con el fin de poder entender una base para la elaboración de un código en común con las personas a las que se entrevistará y así poder captar el contexto.

**2. Observación:** Recorrer los diferentes ambientes y grabar para poder contextualizar de mejor manera, ya sea en lugares para comer, ensayos, lugares donde comúnmente se juntan fans del K-pop, eventos temáticos y competencias temáticas.

**3. Entrevistas:** Seleccionar a personajes que estén inmersos en el ambiente y que hayan hecho cambios en base a la cultura coreana, para conocer sus experiencias de cómo lograron recopilar mayor información con respecto a lo coreano, qué tipo de selección hicieron y sus motivaciones con respecto a lo mismo. Además de saber su opinión con respecto a la hibridación cultural Corea-Chile, el cómo cambia su identidad y cómo ellos aportan a este ambiente y difunden más sobre la cultura coreana a través de diferentes medios.

**4. Contexto Entrevistados:** Se dispondrá de recopilar diferentes imágenes con respecto a la historia de los entrevistados y se procederá a grabar sobre su contexto, a lo que se dedican y los procesos por los cuales realizan la difusión de esta hibridación cultural. Además de las personas con las cuales se relaciona para desempeñarse en lo que hacen.

## 5.3 Especificación del Proyecto

### 5.3.1 – Especificaciones

Lo primordial del proyecto es indagar en la historia de diferentes personajes para poder conocer sus anécdotas con respecto al consumo de elementos coreanos y la construcción de su identidad a base de hibridación cultural. El corto buscará reflejar diferentes

etapas que se asemejan entre cada personaje, acompañándolos desde lo externo y ver cómo eso hace que cambien sus identidades individuales. El punto cúlspide es ver cómo los personajes crean elementos y productos reflejando la hibridación cultural.

Formato	Corto Documental
Duración	25 - 30 min. apróx.
Relator	5 - 6 personas
Espacio	Lugar donde trabaja cada personaje y lugares que ellos valoran con respecto a su relato.
Objetivo	Rescatar los elementos y anécdotas del personaje para comprender su historia y cómo se genera su identidad a través de la hibridación cultural.

Registro Visual		Registro Auditivo
Entorno	Lugar donde consume los productos coreanos, lugar donde se desarrolló con respecto a la adquisición de productos coreanos, lugar donde realiza labores.	Historia de la vida de cada personaje, es contada su experiencia personal con la hibridación cultural y la adquisición de elementos culturales coreanos.
Identidad	Personajes y sus acciones, personajes en los lugares significativos del consumo de productos culturales.	

## Imagen

Con respecto a la imagen, se busca construir un código común en cuanto a su registro y tratamiento posterior. Para esto, se determina:

### Tipo de imagen

Subjetiva

### Escenografía

Espacio cotidiano.

### Planos

Generales, medios y primeros planos.

## Sonido

Voz de entrevistados con música de fondo, dependiendo de la instancia.

## Edición

Reflejar las vivencias y las anécdotas de los protagonistas y el paso que han tenido con la incorporación de elementos culturales tras el consumo de productos coreanos. Por lo mismo se mostrarán a los mismos exponiendo su historia de forma mezclada, ya que pueden

### Punto de vista

Mirada personal y la suma de diferentes imágenes contexto que permitan reflejar lo relatado, permitiendo mostrar los diferentes escenarios y vivencias de lo mencionado.

### Luz

Dependiendo del contexto, natural en el caso de espacios abiertos. Y en lugares cerrados, luz artificial.

tener similitudes en algunos de los campos mencionados. Se dispondrá de imágenes que reflejen las referencias visuales con las que contaron y además imágenes de sus mismas creaciones y actividades dentro de lo que se desempeñan en el día a día.

## 5.3.2 - Guión

### 1° Parte

Contexto, introducción con productos de consumo coreanos y presentación de personajes y el interés por los productos coreanos

### 2ª Parte

Búsqueda de elementos culturales coreanos en base a los consumidos al inicio.

### **3ª Parte**

Hibridación, adquisición de elementos culturales, generando identidad.

### **5ª Parte**

Difusión y comunidad.

### **4ª Parte**

Creación y producción de elementos culturales híbridos Corea-Chile

## **5.3.3 Estructura entrevista**

La entrevista busca reflejar los elementos que formaron la identidad de cada persona como productores de elementos de hibridación cultural. Se

moldea según la situación y persona, ya que se desempeñan en disciplinas diferentes en cuanto a lo último. Por lo mismo se detalla la base genérica.

### **Parte 1: Presentación y primer interés por lo coreano**

- Breve presentación del personaje
- ¿Cómo conoció lo coreano y qué es lo que más llamó su interés?
- ¿Buscó más sobre productos coreanos?

### **Parte 2: Consumo de productos coreanos y búsqueda de información**

- ¿Qué productos coreanos consume? ¿Los incorporó a su día a día? ¿Por qué los incorporó?
- ¿A través de qué medios indaga y busca más información con respecto a lo que consume?

### **Parte 3: Asimilación con respecto a la hibridación**

- ¿Qué cambió en su vida? ¿Crees que tu identidad cambió?
- ¿Por qué haces un producto híbrido? ¿Lo consideras híbrido?
- ¿En qué momento decide incorporarlo a su vida?
- ¿Qué elementos reconoce haber incorporado?

### **Parte 4: Incorporación y producción**

- Describe la actividad que desarrollas
- ¿Cómo llega dedicarse a eso? ¿Cómo obtiene mayor información de lo que produce? ¿Cuáles son las referencias de lo que produce?
- Cuánto de tu vida le dedicas a esto?

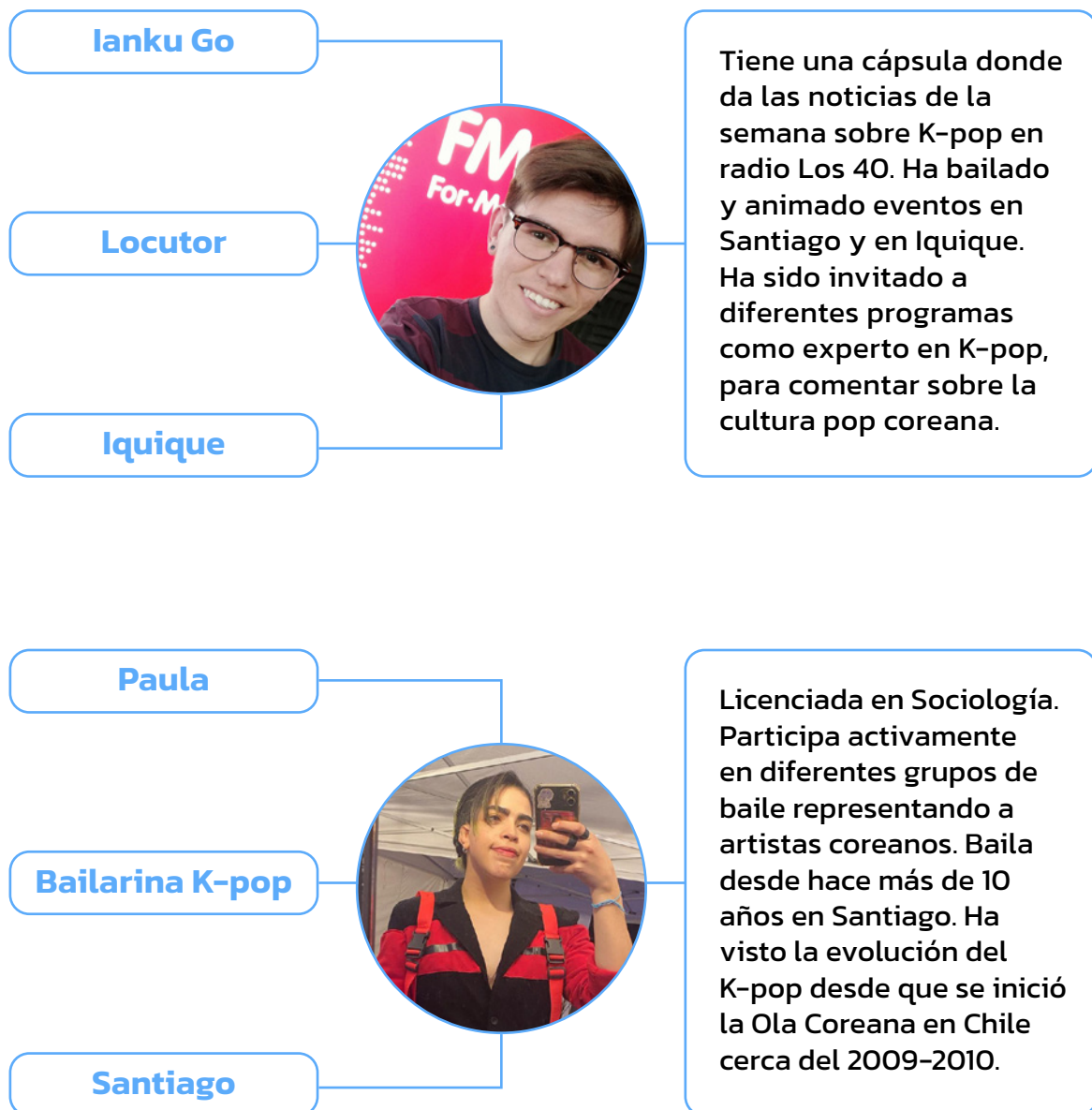
### **Parte 5: Atribución a la comunidad**

- ¿Crees que atribuyes cosas a la comunidad? ¿Qué cosas?
- ¿Cuál es tu forma de difundir esto?
- ¿Tú ves que esta vinculación es sólo una etapa de tu vida?

### 5.3.4. Personas a entrevistar:

Las personas fueron elegidas con respecto a su vínculo con las influencias coreanas que modificaron parte de su comportamiento, los cuales decidieron que a base de las características adquiridas emprender o desarrollar alguna actividad ligada a las características propias de adquisición de elementos culturales.

Era necesario que las personas tuvieran un consumo de productos coreanos y pudieran dar su testimonio sobre su historia y la toma de decisiones para desarrollar la actividad elegida. A continuación se detallará una nota preliminar de cada persona o grupo a entrevistar.



**Paula y Carla**

**Trab. Sociales**

**V Región**



Trabajadoras Sociales que han investigado sobre la hibridación cultural en fans del K-pop mirada desde su disciplina. En el 2022 presentaron parte de su investigación en la Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros, donde se trataron diversos temas culturales.

**Morrigan Jeans**

**Ropa**

**Lampa**



Tienda y marca de ropa gótica y rockera con influencias renovadas del k-pop y la moda de artistas coreanos. Sus creadoras Jean y Bel reflejan la unión de dos mundos: lo gótico y rockero mezclado con los aires nuevos que le da el K-pop a la moda.

**Renewall**

**Grupo Musical**

**Santiago**



Agrupación musical de 4 integrantes nacida en el 2020. Tiene como principal referencia la imagen del k-pop y a través de diferentes lenguajes visuales y musicales. Cuentan con una canción de estudio "(R)EVOLUTION" en plataformas digitales



**Juan Soto M.**

**Taekwondo**

**Santiago**

Maestro 5° Dan Kukkiwon Taekwondo Olímpico WT y fundador de escuelas "Bomkwan Chile". Vicepresidente de la Federación Chilena Taekwondo y Director de la Asociación Regional de Taekwondo WT "Escuelas Kangnam".

## 5.4 Referentes

**Tipos.** Webserie Serie documental.  
2020 | 8 min  
Dirección: Marco Avilez  
Producción:  
Marco Avilez y Valentina Maza.

Exposición en primera persona sobre los diferentes procesos con respecto a todo lo que tiene que ver con tipografía. Contadas en primera persona y describiendo las diferencias de su rol en ese mundo. La forma en que se cuenta la historia de cada personaje tiene que ver con sus vivencias y anécdotas, reflejan sensaciones y trabajo colaborativo. Además de mostrar su mundo. Se dispone de los lugares por donde frecuentan y lo que hacen.

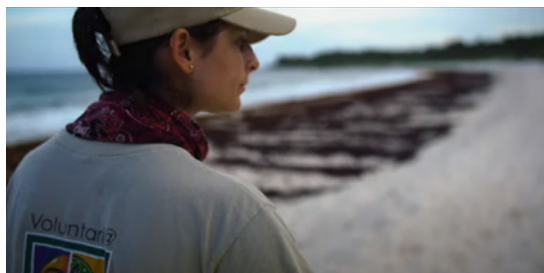


Lo interesante de esta serie es cómo cuentan el relato en primera persona, como muestran las diferentes actividades que realizan. Además de dar el espacio de conocerlos a ellos y su

desarrollo en un mundo en particular, el de las tipografías. Es importante recalcar cómo logra que entremos en el mundo de cada entrevistado y entendamos mejor sus labores.

**Aurora.** Corto Documental  
2021 | 9 min  
Dirección: Emilio Álvarez

Refleja una de las actividades de Aurora Uribe Camalich, alumna de la licenciatura en Biología Ambiental de la Unidad Lerma, de la Universidad Autónoma Metropolitana. Da a conocer en primera persona y con imágenes de tortugas sus intentos por ayudarlas a volver al mar estando pequeñas como trabajo voluntario. Además de reflejar la alegría que es el poder hacer un cambio dentro del planeta y mostrando a otras personas que trabajan en lo mismo..

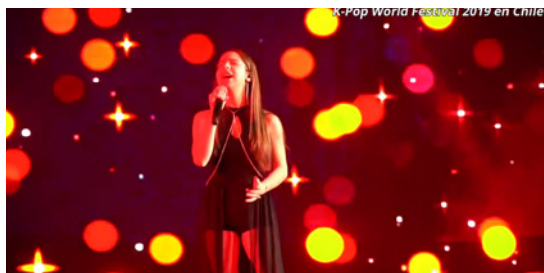


Lo interesante de este corto es la forma en que narra y muestra de muchas formas el cómo las tortugas vuelven al mar y el

proceso que hay detras. Las reuniones con demás voluntarios y cómo se organizan, sólo ella va contando la historia.

**K-pop en Chile** Corto Documental  
2021 | 4 min  
Dirección: Emilio Álvarez

Muestra el boom de lo que ha provocado el K-pop en Chile mirada desde los ojos de la Embajada de Corea y con la opinión de diferentes personas que tienen que ver con el baile dentro del mundo del K-pop en Santiago.



Lo interesante de este corto es el lenguaje con la mezcla entre piezas audiovisuales propias de Corea, sobretodo de videos

musicales y el cómo intercala entre personajes. Pero no tiene un aspecto crítico.



# CORTO DOCUMENTAL:

## Fenómeno Coreano en Chile

El corto documental corresponde a las anécdotas de diferentes personas que consumen productos coreanos, con la finalidad de conocer su historia, donde ellos reconozcan y compartan los cambios de identidad en el proceso desde que comenzaron a consumir este tipo de elementos y cómo es que comenzaron a manifestar procesos de hibridación cultural. Además de querer conocer los filtros personales con respecto

a lo que sumaron a su identidad y las dificultades que pudieron vivir en el proceso. Decantando en la demostración de diferentes motivaciones y los resultados frente a estos cambios identitarios. Cada uno de los representantes cuenta con la incorporación de referentes visuales y culturales coreanos, manifestándolos en diferentes productos o actividades que desarrollan en el día a día.

### 6.1 Especificaciones Técnicas

Para el desarrollo del corto fue necesario utilizar diferentes equipos para la obtención del material audiovisual. Los cuales no todos fueron sencillos de conseguir a través de grabaciones propias, ya que al querer contar con las anécdotas fue necesario explorar en archivos propios de los personajes para

comprender los procesos identitarios y de hibridación. Además de tener que contar con material propio de referentes populares coreanos como los videos musicales de los artistas de K-pop. Permitiendo un mayor entendimiento con respecto al interés de cada uno de ellos.

#### Equipos:

- Cámara Canon Sx 740 hs
- Cámara GoPro 7
- Trípode
- 2 Micrófonos Lavalier
- Tarjeta de Memoria 64 Gb
- Tarjeta de Memoria 128 Gb
- Aro de Luz 30 cm de diámetro
- Telefono celular como grabadora
- Acer Nitro 5 AN515-43-R4EB
- Adobe Audition 2023
- Adobe Premiere Pro 2023
- Adobe After Effects 2023

## 6.2 Sinopsis

El corto muestra la historia de once consumidores de productos coreanos, una bailarina de K-pop, un profesor de taekwondo, dos trabajadoras sociales que estudian la hibridación cultural en fans del K-pop, un grupo de cantantes inspiradas en el pop coreano en su música e imagen, dos representantes de una tienda de ropa gótica y rockera y un locutor radial y experto en *Hallyu*. Cuentan su primer acercamiento y el interés por conocer más productos del país asiático. Además reflejan las dificultades que tuvieron con respecto al estigma de conocer e

interesarse por esos productos. Cada personaje refleja desde su historia el proceso de cambio y transformación de identidad, adquisición y selección de elementos propios de la cultura coreana que venían de la mano con los productos consumidos mostrando los diferentes procesos de hibridación cultural. Concluyendo con la incorporación y utilización de referentes coreanos para el desarrollo de actividades y nuevos productos con elementos culturales coreanos adaptados y su aporte a la comunidad que consume estos productos.

## 6.3 Contenido Temático

Las personas interesadas en productos coreanos se ha incrementado y ha reflejado diferentes escenarios donde se ha incorporado parte de la cultura que viajan con ellos, por lo mismo el corto presentará los diferentes aspectos de cada personaje. Teniendo claro que existen diferentes formas de interactuar con la cultura coreana en Chile se explicarán los pilares fundamentales con los cuales se detallará el tema en la pieza audiovisual.

### **K-pop**

Uno de los mayores referentes con respecto al interés por lo coreano es su música popular. En ese contexto, la mayoría de los personajes tienen un punto en común ya que se convierte en la puerta de entrada de toda la

cultura asiática o coreana. Por un lado el aspecto coreográfico ha sido trascendental y ha ido evolucionando con los años, Además, llevar de la mano otras formas de expresión como la información y las características estéticas, musicales, de moda, y escénicas de todo ese mundo de la entretención coreana.

### **Moda**

La resignificación de muchos accesorios y prendas de moda, han ido de la mano con el mundo artístico coreano y han sido tomados desde diferentes otros estilos generando nuevas propuestas en el escenario de la moda. Es aquí donde muchas personas han incorporado formas de vestir y de llevar accesorios muy inspirados en los artistas coreanos.

### **Taekwondo**

El deporte nacional de Corea no puede quedar fuera de esta representación, ya que no solo es un impulsor de la cultura del país, sino que también se ha transformado en uno de los artes marciales más populares en Chile.

### **Mundo Académico**

No es mucha la información en Chile sobre los procesos que se han desarrollado alrededor del *Hallyu*

en cuanto a la investigación, por lo mismo es un campo muy interesante para comprender los cambios que ha ocasionado el consumir estos productos. A pesar de eso, en el año 2022 Corea se vio interesado en un estudio en particular con respecto a lo que pasa en los procesos de los fans del K-pop y lo sumó dentro de la celebración de los 60 años de relaciones diplomáticas entre Corea y Chile.

## **6.4 Levantamiento de información**

Para la creación del material audiovisual hay que recopilar información cualitativas para evidenciar las temáticas a trabajar dentro del corto y representar las vivencias de cada una de las personas. Es por lo mismo que la principal forma de conseguir esa información es tener un acercamiento y conocimiento de las personas a las que se entrevistarán. Recopilando información por redes sociales y generando una primera instancia de conversación. Es aquí donde lo primero que se llevó a cabo fueron reuniones (online y presenciales) con cada uno de los personajes y así tener

conocimientos previos del contenido a presentar. Luego de eso se procede a las entrevistas formales, las cuales son grabadas completamente según la pauta base de preguntas expuestas en el capítulo anterior. Teniendo las primeras entrevistas ya es posible generar una búsqueda de material sobre primeros procesos de los entrevistados, desde el primer acercamiento y los diferentes productos que fueron reconociendo a medida que avanzaba la conversación que contaba con gran cantidad de detalles para entender la visión del antes y la presente de cada uno de ellos.

### 6.4.1 Síntesis de Entrevistas

Las diferentes entrevistas contaron con una base específica donde se hablarían de diferentes parámetros con respecto a la incorporación de cultura coreana. Frente a esto en cada una de ellas se debía profundizar con mayor precisión y por lo mismo aparecen temas sociales propios

de nuestra cultura, sobretodo en el aspecto donde realizan filtros sobre qué es lo que les gusta de la cultura y qué incorporarán para el desarrollo e sus actividades y productos con referencias a la cultura asiática. A continuación estos son los temas principales de cada una de ellas.

Ianku Go



Oleadas coreanas **Comunicaciones**  
**Dance Cover** Idioma **Radio** Internet  
**Autocuidado** **K-Pop** Oportunidad  
**Hallyu** Genética **Youtube**  
**K-Beauty** Comida coreana **Identidad** Industria  
**Taekwondo** Ulzzang

Paula



**Música** **Cultura** Industria **Autocuidado**  
**Dance Cover** **Moda** **Visualidad** Idols  
Comida coreana **Baile** **Identidad**  
**Youtube** Ulzzang  
Tecnología Idioma **Skincare**  
**K-pop** Ensayos **Eventos** **Prejuicios**

Paula y Carla



Música **Ciencias Sociales** Tecnología  
**Viaje** **Series** Idols **K-pop** **Dance Cover**  
Industria **Cultura** **Hibridación**  
**Prejuicios** **Identidad** Comida coreana  
Hallyu **Moda** Idioma **Estudio** **Tesis**



### Morrigan Jeans



Ropa Arnés Maquillaje Rememorar  
Prejuicios **Cultura** Gótico Industria  
Idols Música **Moda** Feminismo  
Identidad **K-pop** Taekwondo  
Roles de Género Disciplina **Confección**

### Renewall



Roles de género **Composición** Maquillaje  
**Autogestión** Skincare **Moda** Feminismo  
Dance Cover **Música** Series  
Industria **K-pop** Idols Comida coreana  
**Coreografía** Visualidad **Imagen**

### Juan Soto M.



Lazos Diplomacia **Inclusión**  
**Respeto** Deporte Escuelas **K-pop**  
Cultura **Taekwondo** Idioma  
**Identidad** Disciplina **Comida**  
Estilo de vida **Maestro** Aprendizaje

### Temas en común:

- K-pop
- Identidad
- Skincare
- Comida coreana
- Cultura
- Música
- Dance Cover
- Roles de Género
- Idols
- Imagen
- Moda
- Ropa
- Industria
- Baile
- Autocuidado
- Hallyu
- Oportunidad
- Taekwondo
- Feminismo
- Idioma
- Estigma

## 6.4.2 Selección de videos

La introducción contará con una serie de videos de prensa chilena donde se habló de cultura coreana y la impresión de nuestro país, ya sea por temas sobre grupos de conciertos de idols en Chile o noticias sobre K-pop en general.

En cada una de las entrevistas tratan temas donde es indispensable recurrir a imágenes de los diferentes elementos y productos coreanos que acompañan a cada una de las historias, en su mayoría tiene que ver con los videos musicales de K-pop, que fueron la primera entrada y lo que más peso tenía al momento de

hacer una selección e investigación profunda con respecto a la cultura coreana. Además imágenes que acompañan sus historias o alguna relación con respecto a cada anécdota. A continuación se detallará una lista e imagen de los videos utilizados a lo largo del corto.

Además de los videos adquiridos en plataformas digitales, es necesario comenzar a obtener imágenes en diferentes escenarios con respecto a los productos coreanos, tales como skincare, comida, baile y eventos temáticos.

### Videos de Introducción

**“JYJ - Banda de pop coreano llega a Chile”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** JOCEKA18

**Año del video:** 2012

**Programa:** Chilevisión Noticias



**“Bandas de pop coreanas desataron la locura entre sus fans”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** JOCEKA18

**Año del video:** 2012

**Programa:** Mega Noticias



**“El éxito del K-pop en Chile. La Generación K-pop”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** T13

**Año del video:** 2017

**Programa:** Tele13



**“BTS el fenómeno del pop coreano vuelve a Chile”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** JOCEKA18

**Año del video:** 2017

**Programa:** Ahora Noticias



**“Locura por el K-pop Chile: Centenar de jóvenes copa aeropuerto”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** T13

**Año del video:** 2019

**Programa:** T13



**“Así llegaron los coreanos a Chile”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** T13

**Año del video:** 2016

**Programa:** T13



**“Fanáticos del K-pop responden cuál creen que fue su influencia en el estallido social”**

**Plataforma:** Youtube

**Canal:** JOCEKA18

**Año del video:** 2020

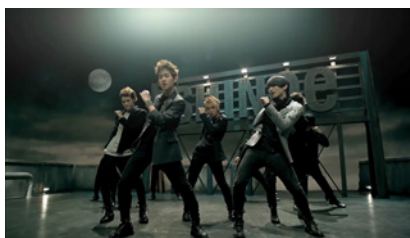
**Programa:** Chilevisión Noticias



## Videos oficiales de artistas coreanos



**Artista:** Girls' Generation  
**Canción:** Genie  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



**Artista:** SHINee  
**Canción:** Ring Ding Dong  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



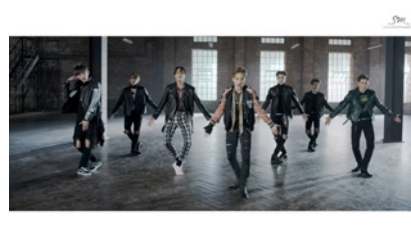
**Artista:** SHINee  
**Canción:** Replay  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



**Artista:** Brown Eyed Girls  
**Canción:** Abracadabra  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Brown Eyed Girls



**Artista:** Twice  
**Canción:** Cheer up  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Twice



**Artista:** EXO  
**Canción:** Call Me Baby  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



**Artista:** (G)i-dle  
**Canción:** Tomboy  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** (G)i-dle Official Channel



**Artista:** Dreamcatcher  
**Canción:** Piri  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Happyface Entertainment



**Artista:** Dreamcatcher  
**Canción:** You & I  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Happyface Entertainment



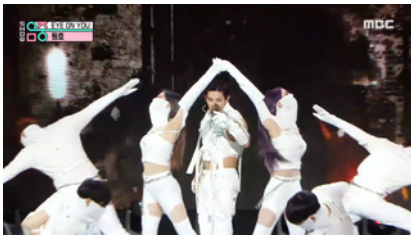
**Artista:** Dreamcatcher  
**Canción:** Red Sun  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Dreamcatcher Official



**Artista:** Oneus  
**Canción:** Lit  
 (Taekwondo ver)  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Oneus



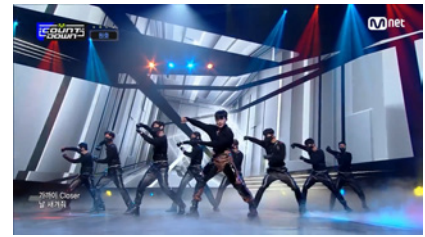
**Artista:** Aespa  
**Canción:** Next Level  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



**Artista:** Wonho  
**Canción:** Eye on You (MBC Show! Music Kore)  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** MBCKpop



**Artista:** Taemin  
**Canción:** Move (Seoul World Cup Stadium 2023)  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Jun R.



**Artista:** Wonho  
**Canción:** Eye on You  
 M-Countdown  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Mnet Kpop



**Artista:** Dreamcatcher  
**Canción:** Vision (Music Bank)  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** KBS World TV



**Artista:** Everglow  
**Canción:** First  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Stone Music Entertainment



**Artista:** Itzy  
**Canción:** Wannabe  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** JYP Entertainment



**Artista:** 9Muses  
**Canción:** News  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** 9MUSES



**Artista:** Dreamcatcher  
**Canción:** Endless Night  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** Dreamcatcher



**Artista:** SHINee  
**Canción:** Lucifer  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** SM Entertainment



**Artista:** Wonder Girls  
**Canción:** Tell me  
**Plataforma:** Youtube  
**Canal:** JYP Entertainment

### Recopilación por personaje

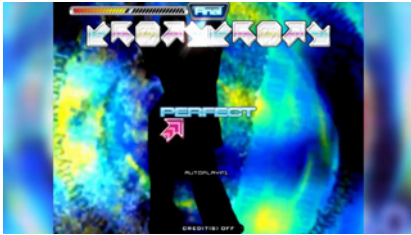
Cada uno de los personajes habla de diferentes vivencias con respecto a lo que fueron experimentando dentro del consumo de productos coreanos y muchas de las actividades que desarrollaron fueron plasmadas en material de diferente procedencia. Algunos por su trayectoria artística o comunicativa y otros por su experiencia y arduo trabajo. Por lo

mismo es importante sumar estas imágenes como parte significativa del proceso de cada uno de ellos y esos cambios identitarios a través del tiempo. Cabe destacar que el obtener este tipo de material hoy en día es algo más sencillo debido a las plataformas digitales que permiten guardar estas vivencias y compartirlas.

### **Ianku**

Parte de lo comunicado por Ianku en la entrevista tiene que ver con su carrera artística dentro de diferentes medios, desde el dance cover, seguido de sus inicios en diferentes espacios radiales y también en diferentes canales de televisión aportando sobre

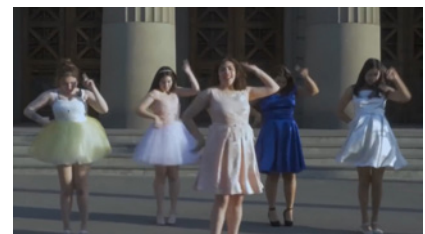
la Ola coreana. Además de contar con un Canal de Youtube donde expone cada una de estas facetas, explica también las cosas que incorporó y cómo vio los cambios culturales que fue percibiendo con el tiempo.



### **Paula**

Participar en diferentes dance cover significa presentar diferentes coreografías en distintos escenarios, por lo mismo dentro de la experiencia de Paula es primordial ver en su pasado para comprender un poco sobre los avances que ha tenido como bailarina

de K-pop y todo lo que implica aquello. Por lo mismo, a modo de ejemplo, utiliza su grupo con mayor trayectoria y con las que en más actividades ha participado, desde un video clip hasta participación en la televisión abierta.



## Carla y Paula

Con las trabajadoras sociales que estudian sobre cultura y procesos de hibridación dentro de fans del K-pop el material es mucho más específico, sobretodo por su participación en diferentes instancias en Corea del sur,

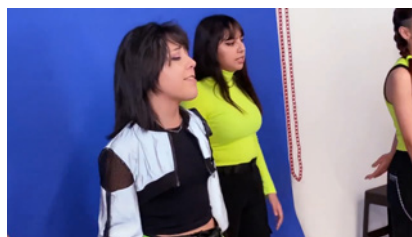
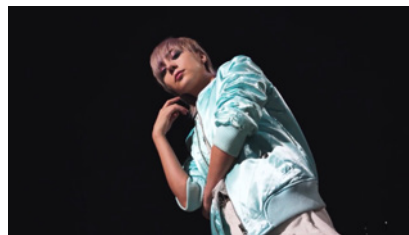
por lo mismo se recopila parte de esa información, con material de medios coreanos y noticias que hablan del logro de ellas, en ese año, estudiantes interesadas en procesos culturales y también sobre series coreanas.



## Renewall

Las chicas dedicadas a hacer música referenciadas con el K-pop cuentan con material previo frente a actividades realizadas desde que lanzaron

su canción en el 2022. Por todo esto es necesario mostrar parte de este proceso que tiene que ver con lo que están trabajando en este momento.





## Juan Soto Medina

Con la gran trayectoria del Maestro de Taekwondo es posible encontrar material con respecto a algo de historia del Taekwondo, cuando se vuelve deporte olímpico, clases explicativas para internet y la participación del deporte en temas culturales coreanos en Chile. Además

hay complementación con otros videos que tienen que ver con el deporte asiático y son populares, como son las coreografías de grupos de K-pop con versiones de sus bailes mezcladas con taekwondo o las coreografías deportivas del grupo coreano KTigers.



Publicado el 17 de mayo 2023  
Juan Soto Medina, profesor de Taekwondo: "Mi sueño es que en cada Municipio exista una Escuela gratuita de Taekwondo"



### Videos de Entrevistas

Para las diferentes entrevistas se utilizan ambas cámaras, una fija enfocada captando a todos los involucrados en la historia. La segunda es para captar desde otros ángulos algunas particularidades donde se puede reflejar de más cerca

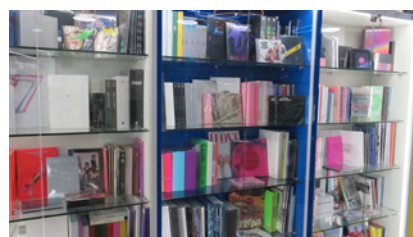
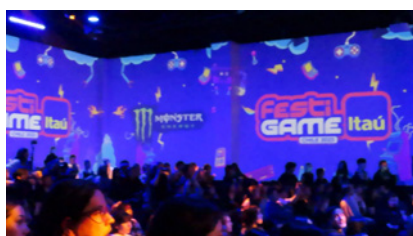
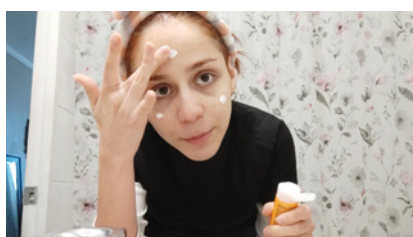
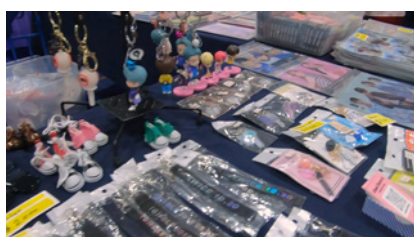
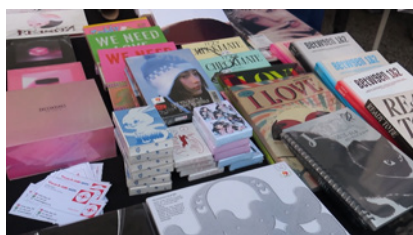
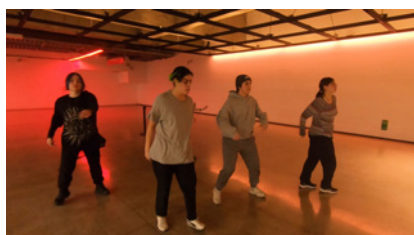
la intensidad del que expone frente a lo que está contando. Esta varía según entrevistado y según el momento de la entrevista pero son primeros planos y de 3/4 al igual que la cámara fija.



## Capturas propias

Frente a los temas que surgen en las entrevistas se captan elementos y productos propios que van de la mano con los primeros acercamientos a lo coreano. Desde los ensayos de dance covers, pasando por eventos que tienen espacio para mostrar K-pop.

Lugares de venta de productos de belleza coreana, tiendas de mercancía de K-pop, comida y elementos propios como las confecciones de Morrigan Jeans o los ensayos con el coreógrafo de Renewall.



## 6.5 Bitácora

### 6.5.1 Grabaciones Entrevistas

La etapa de grabación se dividió en diferentes etapas y en diferentes momentos, ya que a medida que se iban grabando las entrevistas unos días, otros se iba recopilando imágenes relacionadas en diferente tipo de eventos.

#### Grabación entrevistas

Cada una de las entrevistas se fijó en diferentes localidades dependiendo del entrevistado. Se pudo calzar un viaje de lanku a Santiago y se logró grabar en el Centro Cultural Gabriela Mistral al igual que Paula, ya que tenía relación con el tema de ensayos en el lugar en su momento y porque representa uno de los inicios del K-pop, tal como ellos lo vivieron en su proceso. Con respecto a Carla y Paula de la V región, el lugar de grabación fue una de las facultades de la PUCV, que es

donde su carrera se imparte, Edificio Monseñor Gimpert en Valparaíso.

El lugar para grabar a las creadoras de Morrigan Jeans fue en un lugar cercano a su nueva casa en Lampa, mientras que Juan Soto por temas de su agenda, se tuvo que grabar en su domicilio. Y finalmente Renewall fue entrevistadas en una cafetería cerca del lugar donde ensayan.

Cada una de las grabaciones contó con diferentes tiempos con respecto a los temas tratados, ya que en su mayoría convergían en temas relacionados a lo que hacen y lo que vivieron durante sus procesos. Es así que surgen temas como feminismo, roles de género, autocuidado y referencias al bullying que vivieron por tener alguna conexión con la cultura coreana.



## 6.5.2 Grabación ensayos y productos entrevistados

Lo importante de las imágenes de ensayos y productos de entrevistados es reflejar el día a día o los productos ligados a la hibridación cultural. Sobre todo en el ámbito de organizarse en base a lo que desarrollan con referencias a lo coreano. Desde los ensayos hasta las prendas de vestir, fue necesario reflejar algunos de los detalles que hay detrás y plasmarlos de alguna manera en el documental. Por lo mismo se obtuvieron imágenes representativas de cada personaje como Paula, que tuvo un día intenso de ensayos y donde la lluvia no impidió que se desarrollaran con normalidad. También Renewall que a toda costa, a pesar de no conocer tanto sobre baile, cuentan con un coreógrafo que les ayuda y entrena con movimientos para ir adquiriendo mayor flexibilidad en el cuerpo antes del ensayar la coreografía de su

canción propia. O las prendas de Morrigan Jeans, las particularidades y detalles con los que cuentan cada una de sus creaciones.

Cabe destacar que para no invadir el espacio de cada uno de estos personajes se organizó un día específico para obtener estas imágenes. Un día de lluvia junto con Paula, una visita al hogar de Jean y Belén para conocer las renovaciones de sus creaciones y el esfuerzo de Renewall por plasmar los toques del concepto de los idols coreanos para poder transmitir de mejor manera su mensaje a través de la coreografía.



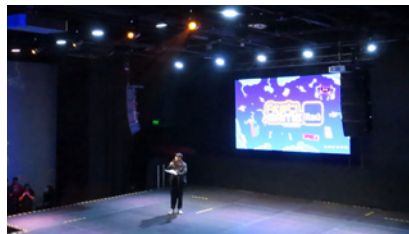
### 6.5.3 Grabación en eventos, ferias, tiendas y comida

Muchos de los temas que se repetían a lo largo de las entrevistas tenían que ver con la asistencia a eventos, tiendas de diferentes productos y comida como una de las cosas precursoras a conocer más de estos productos. Los eventos han ido en aumento con el paso de los años y muchos que no contaban con K-pop dentro de sus repertorios ahora lo sumaron y son parte importante dentro de sus actividades: FestiGame y Feria Cohete Lunar, fueron parte de esos eventos que no contaban con cosas populares coreanas propiamente, pero se lograron obtener imágenes de esos lugares. además

muchas tiendas este último tiempo se han visto bien posicionadas con respecto a mercancía de grupos coreanos o K-beauty (maquillaje y productos para el cuidado de la piel). Además los restaurantes coreanos están a disposición de cualquiera que se vea con la curiosidad de conocer sabores nuevos en su variedad de platos. Contamos con algunos de los conocidos por las personas que tuvieron un acercamiento a esto y quedaron con el gusto.



**Evento:** Winter Idol Fest  
**Fecha:** 23 de Julio  
**Lugar:** Macul



**Evento:** Eliminatorias Competencia de K-pop FestiGame  
**Fecha:** 30 de Julio  
**Lugar:** Las Condes



**Evento:** Feria Chibi  
**Fecha:** 6 de agosto  
**Lugar:** La Florida



**Evento:** Cohete Lunar  
**Fecha:** 19 de Agosto  
**Lugar:** Santiago

**Comida:** Corn Dog Coreano

**Comida:** Tteokbokki



**Tienda:** Moonbow  
**Lugar:** Providencia



**Tienda:** Tienda Humo  
**Lugar:** Providencia

### 6.5.4 Montaje

Al contemplar y revisar todos los puntos en común con respecto a las entrevistas y el material recolectado fue imprescindible seleccionar el hilo conductor entre cada una de ellas. Por lo que, a través del guión propuesto se planeó una forma de hacer un montaje que pudiera contemplar lo primordial y los temas en común para poder comunicar de mejor manera el mensaje con respecto a todas las experiencias.

En primera instancia se realiza un bosquejo para tener claro qué temas quedarían de acuerdo a las prioridades y temas conversados.



*Croquis del montaje en papel.*

## Primer Boceto de Montaje (transcripción).

### 1. Introducción.

- a) Prensa Nacional.
- b) Popurrí de imágenes relacionadas a los productos coreanos.
- b) Pantalla negra con frase "No fue solo una etapa".
- d) Título.

### 2. Presentación e inicio con lo coreano.

- a) Primer acercamiento al K-pop de Ianku, Paula (bailarina) y Paula (investigadora).
  - Videos Musicales: Girls' Generation, SHINee y Brown Eyed Girls.
- b) Dificultades de decir que les gustaba el K-pop y el estigma. Paula investigadora sobre perder amigos y estigma que veía Renewall.
  - Videos musicales BTS, PSY y EXO.
- c) Interés por la moda. comentarios de Renewall y presentación de Morigan Jeans.
  - Videos Musicales: Dreamcatcher,

EXO y (G)i-dle.

d) Carla y series coreanas, temas de cultura coreana.

- Videos de Merchandising
- Imágenes de series coreanas.

e) Taekwondo y lo cultural. Primeras escuelas de Juan.

f) Ir más allá del primer acercamiento, investigar lo cultural.

- Skincare, comida, idioma y Ulzzang.

g) Juan habla de las clases de taekwondo en coreano.

### 3. Identidad.

a) Ianku habla sobre sus cambios.

b) Paula habla sobre el baile y los dance cover.

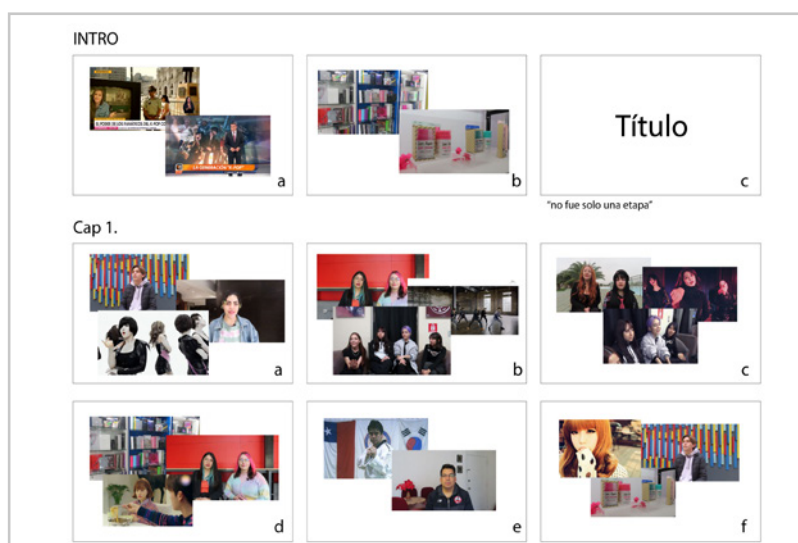
c) Renewall habla de adquirir moda.

d) Morigan Jeans comenta sobre la incorporación y renovación que trae consigo lo coreano.

e) Juan habla de la disciplina.

f) Carla comenta de los cambios en su familia y en ella.

g) Paula investigadora explica por qué se alejó del K-pop pero que aun tenía cosas de k-poper y las críticas a los fans de esa época.



*Croquis digital montaje*



#### 4. Críticas y selección.

- a) Carla comenta lo manchada que podía estar la palabra "K-pop".
- b) Renewall comenta sobre el machismo.
- c) Morigan jeans comenta sobre el machismo y los roles de género.
- d) Ianku habla sobre roles de género también.
- d) Paula habla sobre lo de generar comunidad y lo interesante que podía ser estudiarla.

#### 5. La historia de cada uno de los personajes.

- a) Juan habla del estudio de las artes marciales y el cómo comenzó a hacer clases de taekwondo.
- b) Renewall habla de cómo se creó el grupo, cómo grabaron su canción y el incorporar a un coreógrafo para hacer una coreografía.
- c) Morigan Jeans comenta de la tienda, su historia y la relación que tienen con lo coreano.
- d) Carla y Paula hablan de su investigación y el viaje a Corea.
- e) Ianku detalla de su paso por los medios y el estudiar locución.
- f) Paula comenta sobre la bance de los dance cover y cómo se organiza.

#### 6. Comunidad

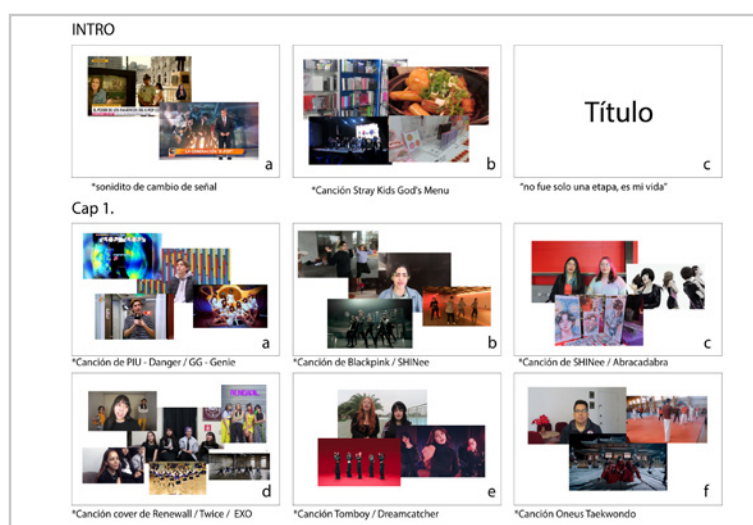
Festivales, Concursos y ferias.

#### 7. Cierre.

Cada personaje explica lo que significa lo coreano para ellos.

#### Conclusión del primer montaje

Lo extenso y las dificultades en cuanto a la continuidad de los temas hizo que fuera necesario hacer una mezcla algunos capítulos generando mayor un dinamismo y mejor relato. Por lo mismo solo en algunas oportunidades se utiliza sonido. A pesar de que algunas grabaciones de las entrevistas cuentan con golpes de fondo de prefirió resumir algunos segmentos similares. Se utilizaron dos métodos de trabajo: videoclip por los ritmos, cambios de escenas mezclados con la sincronía con algunas tomas y el documental por cómo se explican los procesos de los personajes: se reconoce a un narrador presente y hay apoyo con material fotográfico, noticioso y videos antiguos.



*Croquis digital montaje final*

## 6.6 Identidad Gráfica

Para la gráfica se utilizaron referentes visuales de productos y elementos coreanos, desde la tipografía hasta los colores, siempre dejando la imagen en movimineto como protagonista y una

segunda gráfica tipo CG para poner en contexto al público, incorporando nombre de videos y canciones, nombre y dedicación de los protagonistas e información adicional.



*Imagen referenciada a K-pop tipo revista (izquierda). Imagen de portada programa de variedades coreano (derecha)*

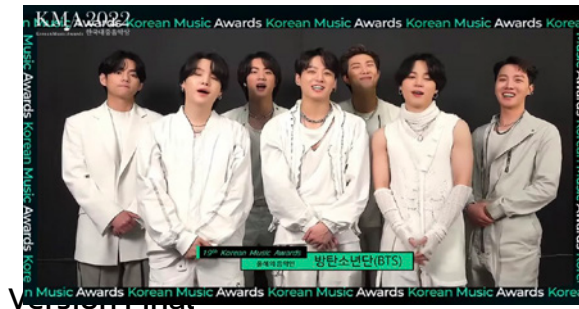
### 6.6.1 Tipografía, formas y colores

Se decide utilizar la familia tipográfica Kanit en diferentes variantes, imitando los trazos de lo visto en formato display del idioma coreano y sobretodo lo utilizado en diferentes medios audiovisuales en

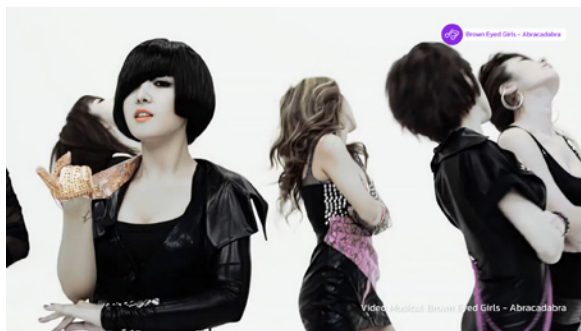
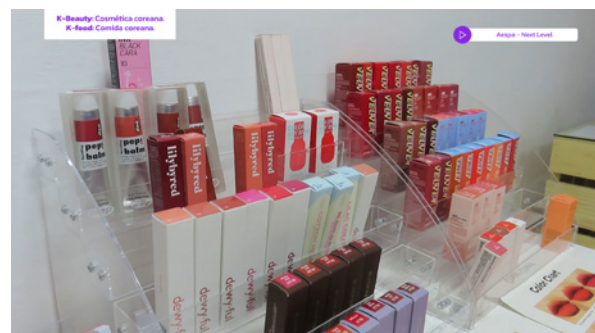
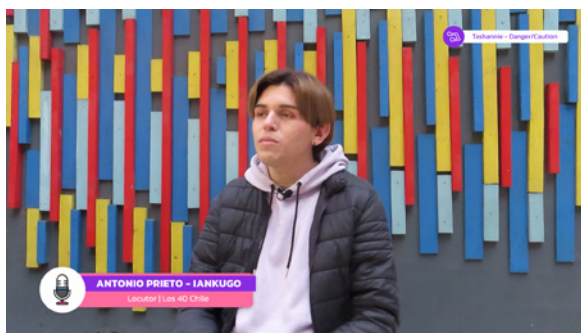
el pop coreano como la televisión. Es la misma utilizada en todo este informe y es la utilizada en el CG de todo el documental.

# EL FENÓMENO COREANO EN CHILE ¿HIBRIDACIÓN CULTURAL?

La utilización de este tipo tipografías van acompañadas de colores planos en sus gráficas y muy llamativos, y es lo mismo que se utilizó en el CG a lo largo del documental y animada. Además de la utilización de diferentes niveles de información donde uno destaca por sobre los demás. Se destacan los colores brillantes en todos los videoclips como se podía ver en las capturas de capítulos anteriores y como se ve en las imágenes a la derecha de este párrafo. Por lo mismo se toma esta misma referencia para continuar con la energía de las piezas y el dinamismo que produce la música coreana, quedando un resultado como el siguiente:



*Referencias de programas coreanos.  
Korean Music Awards (arriba).  
Show Music Core (abajo)*

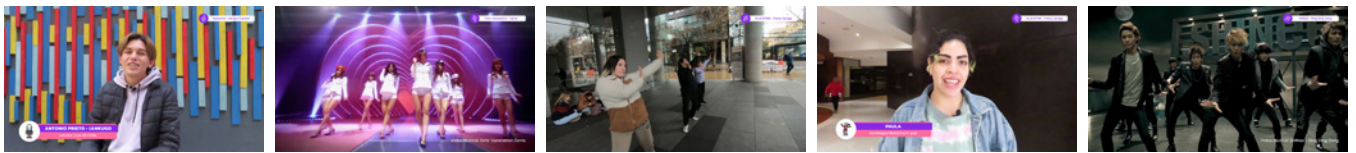


*Capturas de textos en el documental*

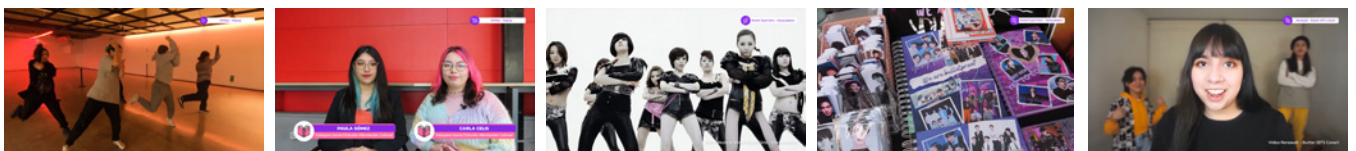
## 6.7 Versión Final



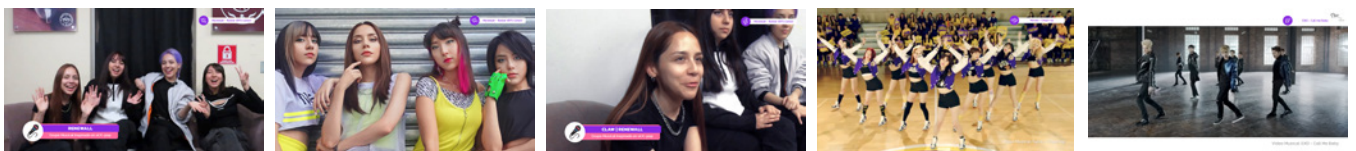
1



2



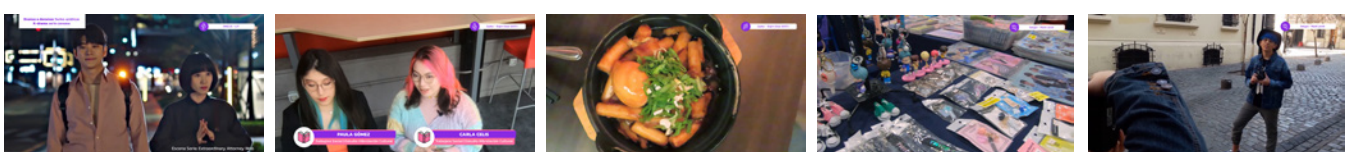
3



4



5



6



7



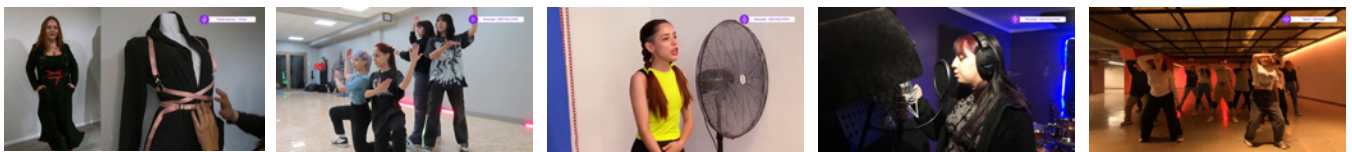
8



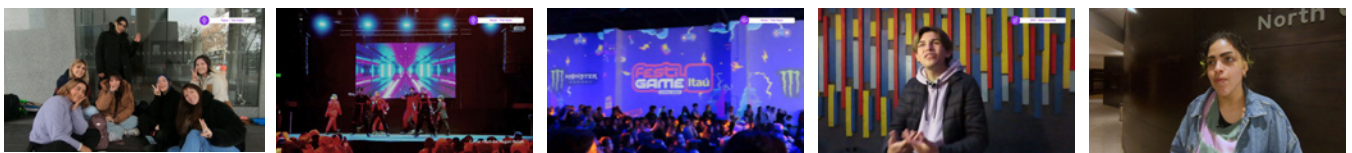
9



10



11

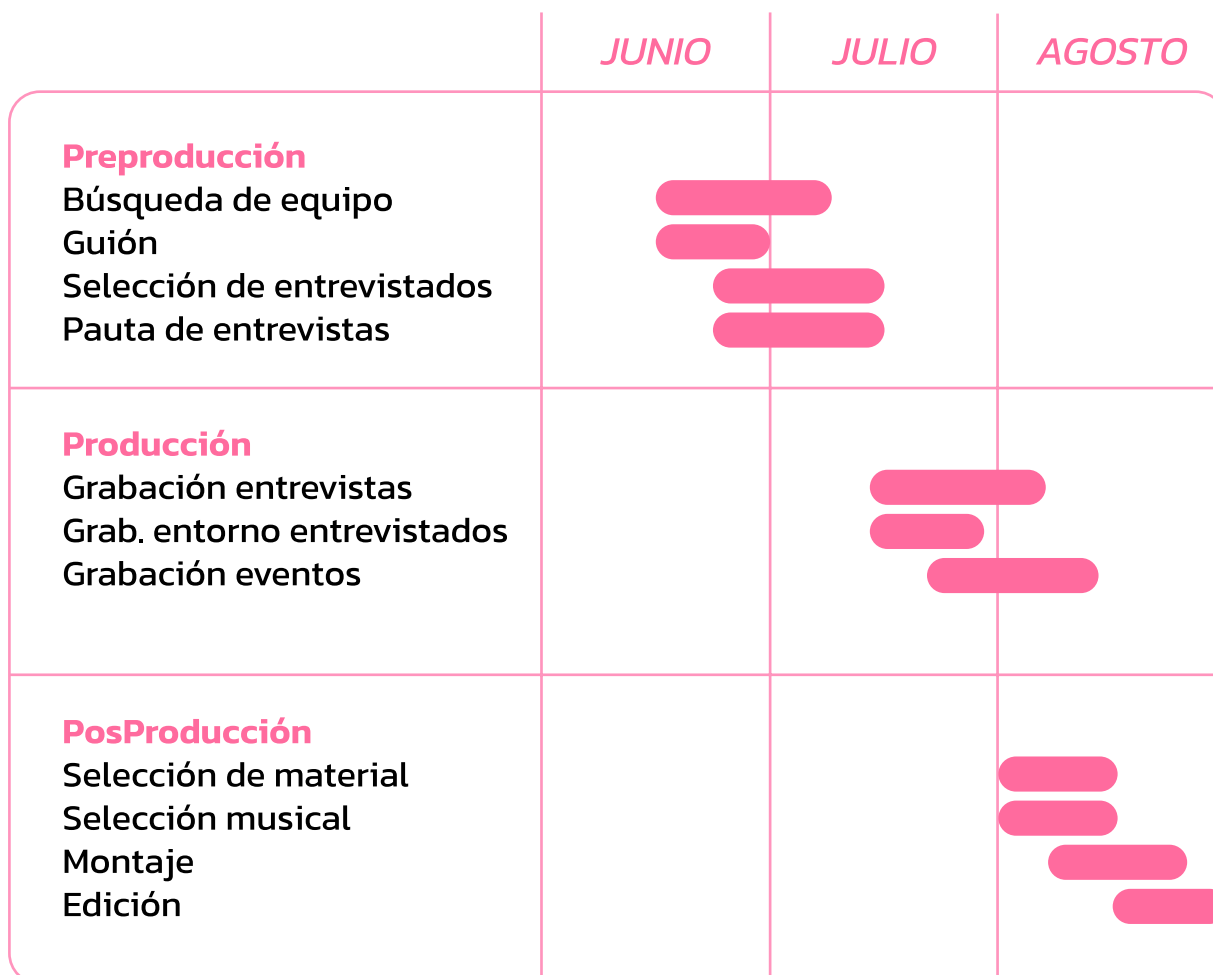


12



# PLANIFICACIÓN

## 7.1 Carta Gantt Proyecto



## 7.2 Cronograma de Actividades

ETAPAS	ACTIVIDADES	TAREAS	LUGAR	RECURSOS
<b>Preproducción</b> Planificación	Gestión	Búsqueda de equipo. Búsqueda de protagonistas. Selección de temas principales. Contacto con los personajes a entrevistar.	Santiago	Notebook Celular RRSS Internet
	Desarrollo guión	Análisis de otras entrevistas del tema. Elaboración de guión base con temas de hibridación.	Santiago	Notebook Internet
<b>Producción</b> Grabación	Entrevistas	Grabación entrevistas	Santiago Valparaíso Lampa	Cámaras Trípode Celular Micrófonos Aro de Luz
	Registro lugares	Grabación eventos. Grabación actividades. Grabación comida.	Santiago	Cámaras
<b>PosProducción</b> Desarrollo	Elaboración montaje Documental	Selección de música. Selección Escenas. Montaje Documental. Edición de color. Edición de sonido. Animación gráficas de información en documental.	Santiago	Notebook Adobe Premiere. Adobe Audition. Adobe After Effects.







# CONCLUSIÓN

El conocer otras culturas a lo largo del tiempo ha demostrado las transformaciones sociales que han existido desde los diferentes desplazamientos humanos. Con la globalización y los diferentes medios esas transformaciones sociales se producen gracias a la imagen que se transporta a través de ellos generando aprendizaje del otro lado del mundo y comprendiendo mejor las culturas en esos lugares.

La finalidad de este proyecto pretendía mostrar la hibridación cultural originada por el consumo de productos coreanos y fue a través de diferentes aristas que la cultura coreana se mezcló con parte de una población en Chile generando diferenciaciones específicas. A través del gusto existió el filtro en cada uno de los personajes que participaron. Dejó de ser una tribu urbana, como le pudieron haber dicho hace unos años y se transformó en una etiqueta significativa para quien la posee. Estas mezclas culturales permitieron mostrar otro enfoque de modos de vida y actividades que antes no estaban contextualizadas bajo un origen coreano, sino que a través de uno occidental, con sus características, las cuales fueron transformadas en Asia y son las que son consumidas por los curiosos por culturas de ese lado del mundo. Permittiéndonos generar nuevas formas de expresión identitaria y de fomentarla a través de baile, deporte, ropa, música e investigación.

A pesar de las dificultades que pudieron existir en los primeros años de la Ola Coreana, y el estigma que pueden tener los *k-popers*, este trabajo muestra los orígenes de todo un segmento que se puede sentir identificado con una cultura de Asia. Y es esa diversidad la que nos permite avanzar y darnos cuenta que nosotros también tenemos una actitud crítica al ver a otra cultura que nos puede gustar, estudiándola y entendiéndola para poder comprender de mejor manera el entorno y a esas personas tan lejanas.

Hay que considerar que todas las personas ven de forma distinta cada cultura, sobretodo la coreana, y con el boom de artistas reconocidos o series populares (y la imagen en general), permiten que más se sumen a abrir su mente y poder aprender de ellas.

Finalmente, la experiencia de trabajo, a modo personal me permitió poder comprender muchos de los procesos los cuales viví hace mucho tiempo. Sin notar que estaba hibridando cada vez más al sumar elementos culturales que venían de la mano con productos que consumía. Es aquí donde noto que definitivamente nunca fue, ni será, una etapa, ya que siempre queda algo con la identidad propia que se transforma en una característica que nos representa, sin darnos cuenta y de la cual te distinguen los demás.



# PROYECCIONES

Las proyecciones a futuro de este proyecto es buscar otras herramientas para reflejar los cambios culturales que puede originar la imagen y el gusto por otra cultura. Si pensamos en lo que sucede con la cultura coreana en Chile, podemos sumarnos a Carla Celis y Paula Gómez a lo que sucede con la hibridación cultural en personas que consumen productos coreanos. Sería interesante seguir sumando aportes con respecto a este tema en el lado académico e investigativo, y contrubuir en este reflejo de la sociedad. Tal como me lo mencionaron ellas, estamos cortos con este tipo de investigaciones desde las ciencias sociales y es necesario que se pueda actualizar información para poder comprender de mejor manera a grupos específicos de personas y contrubuir en evidenciar este tipo de procesos, ya que ocurren en diferentes

lugares del planeta y los efectos varían en cada lugar. Además es posible mejorar esta misma pieza con equipos mucho más profesionales y con mayor cantidad de detalles en cuanto a lo que se puede reflejar con el medio audiovisual este tipo de manifestaciones de hibridez cultural.

También permite dar pie al estudio de los diferentes grupos sociales que cuentan con características propias, como lo pueden ser los amantes de los videojuegos, que también tienen su propio lenguaje, o los amantes de la cultura japonesa, donde el animé y el manga son los fieles representantes de muchas generaciones.



# BIBLIOGRAFÍA

## 10.1 Libros, Tesis y artículos

**APPADURAI, A.** (1996). "La modernidad descentrada".

**BHABHA, H. K.** (2012). "The location of culture". Routledge.

**BOURDIEU, P.** (1979) "La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto". España

**CANCLINI, N. G.** (1989). Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad.

**CANCLINI, N. G.** (2004). "Diferentes, desiguales o desconectados".

**CAREY, J.W.** (1988). "Communication as Culture: Essays on Media and Society". Routledge.

**CHOI, J., & TORRINI, C. S. A.** (2020). Coreanos en Chile: aculturación en un caso de migración reciente. *Rumbos TS*, 22, 77-107.

**CLIFFORD, J.** (1997). *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Universidad de Harvard.

**EAGLETON, T.** (2000). "The Idea of Culture". Oxford.

**GEERTZ, C.** (1973). "La interpretación de las culturas".

**GUIRAUD, P.** (2004). *La semiología*.

**HALL, S.** (1980). *Codificar y decodificar. Cultura, media y lenguaje*.

**HALL, S., & RUTHERFORD, J.** (1990). "Cultural identity and diaspora".

**LINHARD, T., & PARSONS, T. H.** (2019). "Mapping migration, identity, and space". Londres.

**MARGOLIN, V.** (1989). "Design discourse: history, theory, criticism". Universidad de Chicago.

**MARTÍNEZ, CHRISTOPHER A.** (2009) *La Relación Sino-Latinoamericana: El Caso de Chile*.

**MIN, W.** (2015). *Estudios coreanos para hispanohablantes: un acercamiento crítico, comparativo e interdisciplinario*. Ediciones UC.

**MOLANO, OLGA.** Cita una conferencia del 2000, de González Varas, quien se encargaba de estudiar la cultura y la identidad dentro del patrimonio cultural.

**RAYMOND, W.** (1969). "Cultura y Sociedad, 1780-1950". Revista Electrónica en América Latina.

**VILA, PABLO.** (1996). Identidades narrativas y música. Una primera propuesta para entender sus relaciones. Trans : Transcultural Music Review = Revista Transcultural de Música Núm.

**WAGNER, R.** (2019). "La invención de la cultura". Madrid.

**WILLIAMS, R.** (1985). "Keywords: A Vocabulary of Culture and Society". Universidad de Oxford

**WITTKOWER, R.** (2006). La alegoría y la migración de los símbolos (Vol. 53). Siruela.

## 10.2 Fuentes online (revistas y reportajes)

**AHUMADA, ENRIQUE.** Chile y Asia según Javier Matta: la Historia de 100 Años de Relaciones. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile - BCN Asia Pacífico. 30 de diciembre, 2007

**CAV** (Junio,2023). "Una ventana a Corea del Sur". Sitio: <https://cav.cl/revista/articulo/una-ventana-a-corea-del-sur>

**CORÉANA CHILE** (2023)."La historia del K- Beauty". Sitio: <https://coreanachile.cl/blogs/blog/la-historia-del-k-beauty>

**DATOS DE X, ANTIGUO TWITTER.** [https://blog.twitter.com/es\\_la/topics/insights/2021/kpop-twitter-record-millones-tweets-2020](https://blog.twitter.com/es_la/topics/insights/2021/kpop-twitter-record-millones-tweets-2020)

**KOSME.** Sitio: <https://kosmes-santiago.com/acercade>

**LA EMBAJADA DE COREA EN CHILE** es la encargada de fomentar su cultura en Chile. Sitio: <https://overseas.mofa.go.kr/cl-es/index.do>

**T13** (2016) "Así llegaron los coreanos a Chile".

**T13** (12 de noviembre de 2022). "Un poco de Corea del Sur a Recoleta: Cambian nombre de calle a "Seúl" Sitio: <https://www.t13.cl/noticia/nacional/un-poco-corea-del-sur-recoleta-cambian-nombre-calle-seul>



**T13** (30 de marzo de 2023). " Las teleseries coreanas se siguen tomando las tardes de Canal 13: "Mirada de ángel" se estrena este lunes". sitio: <https://www.13.cl/programas/mirada-de-angel/noticias/las-teleseries-coreanas-se-siguen-tomando-las-tardes-de-canal-13>

**TVN**, 11 de Noviembre de 2022. "TVN Y KBS materializan su alianza de cooperación". Sitio: <https://www.tvn.cl/mas-de-tvn/mas-de-tvn/tvn-y-kbs-materializan-su-alianza-de-cooperacion>

## **ESPECIFICACIONES DEL INFORME**

En este informe se utilizó la tipografía Kanit y sus diferentes variantes.

