

Redefiniendo los límites de la narrativa visual: la inmortalización de la cultura del kpop.

Melissa Pérez Gutiérrez
Mariana Montoya Arango

Universidad Católica Luis Amigó, Medellín

102985 Diseño Gráfico

Carolina Chavarriaga Gómez

15 de mayo de 2024

RESUMEN

La modernidad líquida es un fenómeno que caracteriza la sociedad actual, por la incertidumbre y el cambio constantes. En este contexto, el diseño es una herramienta para capturar y preservar elementos culturales. La cultura del k-pop ha adquirido una gran relevancia significativa en el panorama cultural global, siendo una de las culturas artísticas más influyentes en la juventud de todo el mundo a través de la estética, la música, las coreografías, la moda y la cultura visual.

En este proyecto de grado se explorará cómo la narrativa visual y diseño pueden ser utilizados como medio para inmortalizar la cultura del k-pop en la memoria social. A través de una investigación exhaustiva de la cultura del k-pop, su historia y su impacto en la sociedad actual, se analizará la alteración de la narrativa visual clásica en los productos audiovisuales del k-pop y su papel en el desarrollo de la memoria social. Para lograr este objetivo, se utilizarán herramientas y técnicas modernas como la teoría de la narrativa visual, el análisis de medios y la investigación para explorar cómo la alteración de la narrativa visual en el k-pop ha afectado la memoria social de su audiencia y cómo se puede utilizar para la preservación de la cultura. Se espera que se puedan identificar los elementos claves de la narrativa visual alterada en el k-pop y cómo ha influido en el desarrollo de la memoria social.

INTRODUCCIÓN

El concepto de modernidad líquida, introducido por el sociólogo Zygmunt Bauman, se centra en la idea de que existimos en un mundo en constante evolución donde nada parece tener una estructura fija. Este pretende describir las características de la sociedad actual. En contraste con la "modernidad sólida" de la era industrial, caracterizada por la estabilidad, la planificación y las estructuras rígidas, la modernidad líquida se define por la fluidez, la incertidumbre y la flexibilidad. En este contexto, el arte y el diseño desempeñan un papel crucial a la hora de captar y conservar elementos culturales que corren el riesgo de perderse en el futuro. Además, el diseño no es sólo una expresión estética, sino también una herramienta importante para la preservación cultural. Mientras se sigue navegando por el impredecible y cambiante mundo moderno, es crucial reconocer y apreciar la importancia del diseño a la hora de documentar y transmitir.

La cultura del Pop Coreano, de aquí en adelante expresada como k-pop, se origina en Corea del Sur en la década de 1990, se ha convertido hoy en un fenómeno polifacético y generalizado que influye en las jóvenes generaciones de todo el mundo. El k-pop ha crecido y se ha transformado a lo largo de los años, convirtiéndose en una cultura visual que se caracteriza por diversas facetas, como la estética, la música, la coreografía, la moda y el diseño. Sin embargo, en un mundo cada vez más efímero, es imperativo encontrar formas de preservar y captar la esencia de esta cultura de forma exhaustiva. El análisis y la exploración en profundidad del k-pop pueden enriquecer la comprensión de este fenómeno cultural. Examinando diversos aspectos, como su historia, sus expresiones artísticas y su viabilidad comercial, se puede garantizar una comprensión global de este fascinante e impactante fenómeno cultural.

El k-pop ha sido reconocido como uno de los medios más importantes de promoción de la cultura coreana en los últimos años. Los aspectos clave que distinguen al k-pop y a sus intérpretes del negocio musical occidental contemporáneo, incluyen la evolución de los conceptos y estilos de producción, y la cultura del fandom que se ha desarrollado, al igual que el desarrollo de universos visuales. Todo esto recae dentro del concepto de la narrativa visual, la cual se basa en la capacidad de colaboración entre texto e imágenes como eje de construcciones complejas y diversas en sus orígenes, enfoques y recepción de interpretaciones; por el cual contar historias a través de un discurso visual relacionado con la existencia del mundo, que se revela parcialmente en función de una interpretación particular. Teniendo en cuenta los aspectos técnicos, cognitivos, emocionales, sociales y virtuales del diseño, haciendo de la creación un proyecto de expresión y significado, así como un proyecto de comunicación.

Las narrativas transmedia han permitido a la gente interactuar más, y la música ha ampliado las posibilidades de contar historias en distintos medios. Un ejemplo de esto es el álbum visual que se comunica a través de leitmotivos recurrentes que

responden a canciones anteriores, vídeos, portadas y a todo el mundo imaginativo y narrativo del artista. La interculturalidad es el proceso por el cual culturas diversas y específicas se entrecruzan en cualquier contexto local, distinguiendo e integrando su comunicación cultural. El k-pop es un nuevo mercado cultural y una nueva vía de comunicación intercultural. Siendo una forma cultural híbrida que gana popularidad como alternativa al imperialismo mediático y la homogeneización cultural.

El principal objetivo de esta tesis académica es investigar los usos potenciales del diseño como vehículo para preservar la cultura k-pop (Pop Coreano). En concreto, se centrará en analizar el impacto de las producciones audiovisuales del k-pop en contraste con las técnicas tradicionales de narrativa visual. Al profundizar en los motivos gráficos y las corrientes artísticas empleadas en el k-pop, este estudio pretende arrojar luz sobre las implicaciones para la memoria social y cultural. El objetivo es captar la esencia de esta cultura a través del diseño, con el fin de salvaguardar para que las generaciones futuras puedan apreciarla y comprenderla.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La cultura del k-pop ha irrumpido en el panorama global como una fuerza cultural sin precedentes, cautivando a millones de jóvenes con su estética vibrante, música contagiosa, coreografías impecables, moda vanguardista y una cultura visual que desafía las normas tradicionales. Más allá de su atractivo superficial, el k-pop se caracteriza por una narrativa visual innovadora que rompe con las estructuras narrativas convencionales de la música occidental. Esta "alteración" se manifiesta a través de una serie de técnicas que desafían la percepción lineal del tiempo y el espacio, incorporando símbolos y metáforas, recursos estéticos y fantásticos, narraciones no lineales, la participación activa del público y la ruptura con las barreras culturales.

En contraste, la modernidad líquida, acuñada por el sociólogo Zygmunt Bauman, describe una sociedad en constante cambio, donde las estructuras tradicionales se desvanecen y la incertidumbre se convierte en una constante. En este contexto, la búsqueda de experiencias fugaces y la construcción de identidades individuales y colectivas cobran especial relevancia. Sin embargo, esta fluidez constante presenta un desafío para la construcción de la memoria social colectiva, ya que dificulta la consolidación de experiencias duraderas y significativas en un contexto de cambio incesante y fragmentación social.

El k-pop, con su narrativa visual disruptiva, emerge como un antídoto a los desafíos de la memoria social en la modernidad líquida. Sus técnicas narrativas no lineales reflejan la fragmentación del tiempo y el espacio que caracterizan la sociedad actual, mientras que el uso de símbolos y metáforas invita a múltiples interpretaciones y promueve la reflexión crítica. Los recursos estéticos y fantásticos ofrecen un escape de la realidad y fomentan la creatividad, mientras que las narraciones no lineales desafían la lógica tradicional y promueven una visión más holística del mundo.

En este contexto, surge la necesidad de comprender cómo la cultura del k-pop, especialmente a través de sus productos audiovisuales, influye en la construcción de la memoria social colectiva de su público colombiano, particularmente en el contexto de la modernidad líquida. En este escenario, surge la pregunta central de investigación: **¿De qué manera el kpop como fenómeno en el diseño de la narrativa visual, contribuye a la construcción de la memoria social (percepción, interpretación y recuerdo de experiencias relacionadas con el k-pop) colectiva de su audiencia colombiana en el contexto de la modernidad líquida?**

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como enfoque el estudio sobre el k-pop (Pop Coreano) como fenómeno de redefinición en la construcción del diseño de la narrativa visual y su papel en el desarrollo de la memoria social. Debido a los recientes cambios en el mundo y la sociedad moderna por la actividad económica, las teorías posmodernas buscan la inmortalidad en los hechos y en los objetos que se consumen, y “el consumo es exactamente lo contrario de la inmortalidad” (Bauman, 2007 a:20). El diseño en la dinámica del consumo cobra una función distinta: la de compensar y equilibrar lo perecedero y lo mortal de las cosas propias de lo cotidiano. Este trabajo permitirá mostrar cómo la producción y el consumo de k-pop puede considerarse como una interrupción postcolonial de la universalizada narrativa clásica occidental. Shim (2006, p. 40) describe el sector mediático surcoreano del siglo XXI como "un símbolo de la resistencia subalterna", mientras que Ono y Kwon (2013) ven el k-pop como una cultura híbrida a través de la cual el subalterno puede expresar y luchar contra las fuerzas coloniales y occidentalizantes. De este modo es como muchas variables que contribuyen al fenómeno de su popularidad, como la presencia en Internet, la lírica de sus canciones, el excelente valor de la producción y el gran dominio de los gráficos, pero es la narrativa que su universo gráfico y musical plantea lo que lo hace tan atractivo (especialmente a la audiencia femenina), creando así una plataforma que permite un trabajo imaginativo que estimula el potencial intelectual y emocional de su público.

3. ALCANCE

Esta investigación pretende entender y analizar el kpop como fenómeno de redefinición en la construcción del diseño de la narrativa visual. Por ello el alcance de la investigación se limita a la recopilación de datos por medio de encuestas online distribuidas a los fanáticos de este fenómeno, a través de las cuales se llegarán a acuerdos estéticos y de significado, esto se realizará en un periodo de tiempo que durará un máximo de 1 mes, este expondrá cómo el k-pop ha pasado de estar muy influenciado por la estética occidental a un estilo coreano más distintivo. Sería una gran oportunidad para mostrar el poder de la narración visual y cómo puede comunicar ideas y conceptos con eficacia. El alcance de la investigación es exploratorio debido a que busca comprender un tema nuevo y complejo utilizando una metodología diversa y un enfoque abierto. Se espera que la investigación genere conocimiento nuevo y contribuya a la comprensión del impacto del K-Pop en la sociedad actual.

4. OBJETIVOS

4.1 General

Analizar cómo la narrativa visual del K-Pop actúa como mecanismo de construcción de la identidad cultural colectiva en la era de la modernidad líquida, para comprender su potencial como herramienta para la cohesión social.

4.2 Específicos

- Identificar los elementos claves y distintivos de la narrativa visual en el k-pop y cómo estos se diferencian de la narrativa visual occidental en productos audiovisuales.
- Analizar el impacto de la alteración de la narrativa visual en el k-pop en el desarrollo de la memoria social de sus consumidores.
- Construir un producto que recopile y presente de manera atractiva la información obtenida sobre el diseño de la narrativa visual del k-pop en la modernidad líquida y la construcción de la memoria social.

5. ANTECEDENTES

La naturaleza polifacética del K-pop

El k-pop es un género de entretenimiento que combina la narración de historias, la música, el baile, la interpretación corporal y la moda. Mezcla coreografías actuales, acrobacias y estilos clásicos, así como hip hop, euro techno, grunge, pop, rap, entre otros. La prominencia mundial de los vídeos musicales de k-pop en el siglo XXI ha acreditado dos prominentes creencias sobre el vídeo musical. La "audiovisión" de Michel Chion (1993) y los "objetos sonoros" de James Steintrager (2019) sostienen que las imágenes y el sonido están entrelazados para trascender las imposiciones léxicas y las figuras de representación; como afirma Kim (2021):

Las imágenes y el sonido en los vídeos musicales son, de hecho, inseparables, evidenciando lo que Michel Chion (1994) ha denominado «audio-visión», que no privilegia ninguno de los dos elementos y justifica una nueva teorización en el nuevo milenio. James Steintrager (2018) avanza el concepto de «audio-visión» de Chion en lo que él llama «objetos sonoros» que «contemplan el lugar del sonido.» (Como se cita en Kim, 2021).

Al mismo tiempo el crecimiento de la diáspora coreana en Estados Unidos, así como la migración de estudiantes surcoreanos allí y a otros lugares de Occidente, ha dado lugar a un flujo rápido e inmediato de conocimientos y talentos a través del Pacífico, incluida la música popular.

La influencia de los cambios sociopolíticos y la tecnología

En esta transición cultural influyó la democracia política de Corea del Sur a finales de la década de 1980, que liberalizó la expresión cultural. La música popular se ha convertido en una de las principales fuentes de entretenimiento gracias a avances tecnológicos como el sistema de reproducción de música personalizada y el karaoke. El k-pop ha abrazado lo visual e Internet, recurriendo a YouTube, entre otros lugares, para ofrecer vídeos musicales. La visualidad en los ídolos del k-pop deriva de la necesidad de la industria de maximizar el beneficio comercial integrando diversos componentes para reflejar la vida, las experiencias y la autoimagen de una figura ideal. La popularidad mundial ha promovido la venta del cuerpo masculino para el público (femenino), cuyos gustos y deseos están igualmente organizados y legitimados por el carácter biopolítico del neoliberalismo.

Los vídeos musicales como espectáculo mediático

Sin embargo, dada la capacidad de los vídeos musicales para subvertir la percepción de la realidad y sumergir al público en universos imaginarios; el significado y la inspiración de este pueden limitarse a un bucle de imaginación en constante expansión alimentado por una serie infinita de mercancías (elementos visuales). Los vídeos musicales, como un tipo de espectáculo mediático adictivo y

poderoso, permiten al público deleitarse en lo imaginado. Con su diversidad de contenidos y música, el k-pop se ha considerado uno de los principales vehículos de promoción de la cultura coreana en los últimos años. Los aspectos clave que han podido separar al k-pop y a sus intérpretes de sus contemporáneos en el negocio musical occidental han sido el desarrollo de conceptos y estilo de producción, así como una cultura de fandoms desarrollada que supera con creces los estándares de la cultura de fandoms occidental. La industrialización del negocio musical ha sido un instrumento crucial para la internacionalización de la industria, ayudando a dar a conocer diversos fenómenos artísticos en todo el mundo.

La mirada femenina y la masculinidad cambiante

Y es a través de este desarrollo de un storytelling que el k-pop se entrelaza con la mirada femenina (Female gaze) de Joey Solloway (2016), presentada por primera vez en la Master class de los TIFF (Toronto International Film Festival). Descrita en su forma más elemental como una teoría feminista que se refiere al modo en que las mujeres son representadas como sujetos con agencia en los medios visuales, como el cine, el arte y la fotografía. Esta sostiene que la mirada femenina es algo más que una inversión de género: permite al observador experimentar lo que experimenta una mujer. Utiliza el cuerpo para transmitir emociones y la cámara para representar lo que se siente al ser objeto de atención. La mirada femenina de Soloway trata de lo que se siente al ser observado y cosificado por la mirada masculina. Emplea la cámara para retratar la sutil experiencia de ser visto. Soloway describe tres elementos clave de la *female gaze*. El primer parámetro, recuperar el cuerpo, se usa para expresar la sensación de ver. Puede verse como una cámara subjetiva que intenta llegar al interior del protagonista. Emplea el encuadre para transmitir y suscitar una sensación de estar sintiendo más que viendo las emociones que priman sobre la acción (Feeling seeing). En segundo lugar, usa la mirada fija donde utiliza la cámara para asumir la difícil, y a menudo imposible, misión de mostrar cómo es ser el objeto de la mirada. Desde su posición de receptor de la mirada, la cámara habla. Esto es lo que se siente al ser observado (Gazed gaze). El tercer factor es cómo la mirada femenina se atreve a corresponder a la mirada; esta se dirige a los observadores (Returning the gaze).

Simultáneamente, la crisis económica de 1997 hizo añicos la imagen tradicional del hombre machista coreano, dando paso a una nueva clase de hombre más humilde, que escucha mejor y va bien vestido. Este tipo de hombre se conoce como *kkonminam* y está relacionado con los rápidos cambios sociales y económicos de Corea del Sur en la última década del siglo XX, gracias a los cambios en los comportamientos de consumo y comunicación. La tesis de Baudrillard (1981) sobre los valores de la mercancía, expresada en Crítica de la economía de la imagen, es relevante en los estudios publicitarios, ya que define lo que hace que los objetos tengan significado para las personas y puede aplicarse a un producto intangible tan subjetivo como la estética. Aunque el nuevo ideal

parece relacionarse más directamente con los hombres que con las mujeres, a pesar de la ausencia de un cambio considerable en los roles de género convencionales, se ha extendido el uso de la iconografía kkonminam (caracterizada por la representación de hombres jóvenes con una estética andrógina, un fuerte énfasis en el estilo personal, el cuidado personal y la moda. Incluyendo el uso significativo de cosméticos, desafiando las normas tradicionales de masculinidad en la sociedad) en la publicidad dirigida a las mujeres.

Narración transmedia y globalización cultural

Las narrativas transmedia son definidas por Scolari (2013) como una forma narrativa que crece a través de varios sistemas de significado (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómics, televisión, videojuegos, teatro, etc.)(Como se cita en Maldonado Tincopa, 2021). Uno de los aspectos más esenciales de la narración transmedia es que permite a la gente interactuar más. La música ha supuesto la capacidad de contar historias a través de varios medios, cada uno de los cuales alimenta y amplía el mundo narrativo de una banda. Ana Sedeño-Valdellós (2016; como se cita en Maldonado Tincopa, 2021) presenta al álbum visual como un producto audiovisual que tiene un vínculo directo con la música del mismo artista, con fuertes relaciones lingüísticas y visuales para establecer una continuidad a lo largo del álbum. Los videoclips transmiten mensajes y valores que van más allá del contenido literal, dando lugar a la formación de un significado simbólico. El álbum visual se comunica a través de leitmotifs recurrentes, entendidos como un elemento recurrente en una obra de arte, sobre todo en la música. A modo de “firma musical” que significa algo específico, en la misma onda emocional o simbólica, que reaccionan a canciones, vídeos o portadas anteriores y, de forma más amplia, a todo el imaginario del artista y su mundo argumental.

Es por ello que la identidad es una percepción que ayuda a distinguirse de los demás y al reconocimiento propio dentro del espectro social. Debido a la continua exposición a la modernidad, el término identidad también ha cambiado. El público busca en las agrupaciones sociales valores y normas que apoyen la visión positiva que desea. De acuerdo con esto la narrativa transmedia permiten la configuración de la identidad. Este fenómeno se ha convertido en la referencia para configurar al artista como una mercancía que satisface las exigencias de otros. Jenkins (2006), en su libro *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* esboza los siguientes principios para analizar los contenidos o productos transmedia: amplitud y profundidad, continuidad y pluralidad, inmersión y atracción, construcción del mundo, serialidad, subjetividad e interpretación. Esto permite al espectador implicarse en el universo, y la frontera entre lo real y lo imaginario puede difuminarse en el fondo.

La diplomacia económica y el papel de los componentes visuales

La diplomacia económica surcoreana se ha definido por el énfasis en las exportaciones. En concreto, a los sectores tecnológicos, como ordenadores, televisores y teléfonos móviles, con las marcas LG y Samsung. En la actualidad, el capital humano se está formando para el entretenimiento, generando grandes ingresos para la industria surcoreana del espectáculo y produciendo en el extranjero mercancías con temas de ídolos y/o grupos musicales. Los componentes visuales son cada vez más importantes en la evaluación de los productos gracias a los medios de comunicación y las artes creativas, sobre todo en la música. Los vídeos musicales ayudan a superar los obstáculos lingüísticos, comunican imágenes de los consumidores, proporcionan una base y promueven determinados estilos para mejorar las interacciones y las evaluaciones de la identidad emocional.

El fenómeno del consumo de k-pop hace parte del proceso de globalización cultural, como lo refiere Renato Ortiz (1997) al componente esencialmente cultural que adopta el proceso de globalización. El punto de vista teórico busca combinar el concepto de unidad del sistema, "homogeneidad cultural", que se refiere al proceso de producción, distribución y consumo de bienes estandarizados y masivos, con el concepto de diversidad de posiciones, "heterogeneidad cultural", que considera "lo cultural" como un campo de disputas y luchas por el significado social. Se han examinado los componentes estéticos y simbólicos de las actuaciones, así como su dinámica y dinamismo. El k-pop surgió en Corea del Sur en la década de 1990, con la introducción de programas de televisión al estilo de American Idol. La fusión de la expresión musical asiática con formas y ritmos occidentales puede explicar su temprana y considerable recepción por parte de la población occidental.

Por ende la gráfica transmedia del álbum-objeto, está influenciada por el comportamiento del consumidor, pero también por factores culturales y sociales como el fenómeno Hallyu. Como resultado del fenómeno globalizador se desarrollan diferentes objetos transmedia, entre ellos el objeto-álbum. La gráfica, según Gómez (2009; como se cita en Perona, 2020), está regulada por el lenguaje visual, que mezcla y vincula códigos de comunicación con aspectos semánticos. Según Husky Fox (2017; como se cita en Perona, 2020), la construcción del storytelling en una identidad visual orientada a un público joven es un aspecto crítico. Todo esto converge en el comportamiento del consumidor, el nivel de contacto humano y el compromiso en términos de consumo y selección de estos artículos transmedia. La cultura fan es definida por Oh et al. (2018; como se cita en Perona, 2020) como un grupo de individuos que disfrutan intensamente de una imagen pública. Según Tinaliga (2018; como se cita en Gutiérrez Perona, 2020), en el k-pop, las conexiones de los artistas con sus fandoms son tan profundas que su identidad de fan coincide con su identidad personal. Según Han (2017; como se cita en Perona, 2020), los fans occidentales no solo construyen grupos basados

en intereses compartidos, sino que también se adaptan a nuevos comportamientos digitales y se identifican como fans interculturales.

La narrativa transmedia se desarrolla a partir de la convergencia de medios para reconocer extensiones narrativas que abarcan numerosas plataformas mediáticas. Las propuestas suelen organizarse en torno a determinados conceptos y temas, concentrándose en una narración que tiene lugar en un universo más amplio y extenso. Las narraciones tradicionales, en cambio, siguen la trama principal en un orden cronológico de acontecimientos, con tramas menores vinculadas entre sí que se entretajan a lo largo de la historia hasta que todo confluye en la conclusión. Dado que el material se transmite a través de numerosos canales de comunicación, corresponde a los fans identificarlos todos y reconstruir su propia historia, los estudios de narrativa transmedia se benefician del examen de los contenidos generados por los usuarios. Los aspectos visuales son estratégicamente importantes para los productores porque son esenciales para construir una historia que permita a los espectadores interpretar la señal en función de su bagaje social y cultural.

6. MARCO TEÓRICO

Modernidad líquida y transformación del arte

En su análisis de la modernidad, Bauman (2007) utiliza la metáfora de la fluidez para explicar una transformación sutil pero profunda, denominando así a la sociedad actual "modernidad líquida", la cual se caracteriza por su condición que niega las oposiciones clave que enmarcan la anterior modernidad sólida: aprender y olvidar, avanzar y retroceder dando como producto la anulación de estas dualidades. Las consecuencias de la globalización, las migraciones, el nomadismo, el turismo, Internet y los teléfonos celulares reflejan en el concepto de modernidad "líquida", según la definición de Pollock (2007) . Es por ello que a pesar de que el arte ha conseguido mantener su conexión con lo eterno, la resistencia a una cultura que crea objetos de "máximo impacto y obsolescencia instantánea" carece de sentido. En virtud de la sociedad de consumo posmoderna, la obra de arte para maximizar el impacto y evitar el aburrimiento; produce la experiencia artística que nace de la duración del acontecimiento y del valor extratemporal de la obra de arte. La esencia del arte está en su concepción, no en su ejecución. Según Lawrence Wiener (2007), las expresiones tangibles del arte no son lo mismo que el propio concepto, sino que forman parte del proceso lingüístico de la cognición.

Identidad cultural y la ola coreana (Hallyu)

Según Hall (1990; como se cita en Marinescu, 2014), la identidad cultural es un proceso de "devenir" y "ser" siempre cambiante. También considera que las civilizaciones de Asia Oriental tienen una "doble inscripción" en la que el elemento cultural global está constantemente presente en las culturas nacionales y regionales. El hallyu es un fenómeno cultural mundial que se originó en Corea del Sur y abarca una amplia gama de expresiones artísticas, como la música, el cine, la televisión, la moda, la cocina y la tecnología. Lee (2008; como se cita en Marinescu, 2014) define la "Ola coreana" (Hallyu) como una formación compleja y polifacética compuesta por actividades culturales reales, imaginadas e híbridas, una gran variedad de experiencias vividas y discursos sólidos. Según Shin (2006; como se cita en Marinescu, 2014), la paradoja de la globalización en Corea del Sur es la coexistencia de la "apropiación nacionalista de la globalización" y la "intensificación de la identidad étnica/nacional como reacción a la globalización". Dal Yong Jin (2012; como se cita en Marinescu, 2014) propone dos tipos de Hallyu: el "Hallyu 1.0", o Hallyu original, caracterizado por los flujos culturales a través de Asia, y el "Hallyu 2.0", definido por el uso de las redes sociales. Según los estudios, los principales beneficios de los bienes culturales surcoreanos son el resultado de la rica cultura del país y su sustancia, que permite la absorción cultural por parte de los espectadores.

Los seguidores de la música pop coreana forman parte de una comunidad, a partir de la cual construyen y reafirman aspectos de su identidad individual y colectiva.

La interculturalidad es el proceso de intersecciones culturales múltiples y particulares en cada contexto local, que distingue y reúne dos niveles de comunicación cultural: la comunicación intercultural mediada y los sentidos objetivos. El k-pop abre un "nuevo" mercado cultural y una "nueva" vía para la comunicación intercultural, en la que los jóvenes reafirman su identidad personal en un diálogo que comunica elementos culturales. Por lo tanto, estas identidades están formadas por el contenido que consumen, según Mulvey (1995) la teoría psicoanalítica se utiliza para explicar cómo el inconsciente de la sociedad patriarcal ha dado forma al cine (para explicar mejor la videografía realizada en el K-pop, es necesario mirar primero a la narrativa cinematográfica). En el cine tradicional, la paradoja del falocentrismo se basa en la imagen de la mujer "castrada" para regular y explicar su realidad. El deseo de la mujer está sometido a su imagen como portadora de la herida sangrante (dar a luz), y su memoria oscila entre la plenitud y la carencia materna. El cine plantea problemas sobre el modo en que el inconsciente (tal y como está configurado por el orden dominante) moldea los métodos de ver y el placer de la mirada. La escopofilia, que se refiere a una parafilia en la que una persona experimenta excitación sexual al mirar a otros realizando actividades sexuales, fue descrita como uno de los impulsos componentes de la sexualidad en los *Tres ensayos sobre la sexualidad* de Freud (1905). En las películas no sólo satisface un deseo primario de ver placer, sino que también desarrolla su componente narcisista. Las normas del cine dominante enfatiza la atención sobre la forma humana, y la sensación de olvidar el mundo tal y como el ego ha llegado a verlo recuerda nostálgicamente a ese instante pre-subjetivo de reconocimiento de la imagen.

La mirada femenina y la masculinidad blanda en el k-pop

Consecuentemente Joey Solowey (2016) formula una teoría paralela a la de Mulvey (1997). De acuerdo con Solloway (2016), la mirada femenina reclama el cuerpo del cual fue despojado y pretende evocar un balance entre emociones y sentimientos, centrados en el tacto, las interacciones y el ambiente, en lugar de la acción y la sexualidad. En ella sus protagonistas, sin importar su identidad disidente, se presentan como seres capaces de demostrar inteligencia emocional. De tal manera que la mujer toma un rol activo como consumidora visual, en contraste con ser el objeto de consumo. Esta trabaja bajo tres principios, *Feeling seeing*, herramienta que pretende desencadenar sensaciones en el público fusionando mente, cuerpo y emociones, *Gazed gaze*, los elementos de la historia expresan al espectador lo que es ser objeto de la mirada: lo que se siente ser visto, ser el objetivo de esas acciones y sentimientos, y *Returning the gaze*; en donde aspectos de la historia hacen que el espectador sienta como si fuese él el que está siendo examinado. De tal manera que los límites entre actores y espectadores, objetos y sujetos del deseo y la mirada, se vuelven fluidos e intercambiables. Asimismo el auge del consumismo en el siglo XX trajo consigo un doble papel para las mujeres en el panorama del consumo. No sólo se convirtieron

en consumidoras, sino también en mercancías. Esta posición paradójica subraya la compleja dinámica del espectáculo consumista. Las mujeres, como consumidoras y mercancías, encarnan una dualidad de deseo y objetivación. Al mismo tiempo, se ven empoderadas como agentes del consumo y sometidas a la mirada escrutadora del mercado. Tal dicotomía explora la relación entre la mirada femenina y la mirada masculina.

Consecuentemente, esto promovió el declive del estereotipo del hombre "Macho", y trajo consigo el surgimiento de un nuevo modelo masculino, Jung (2010; como se cita en Li, 2020) utilizó el término "masculinidad suave" para resumir este nuevo tipo de estética masculina. Estas figuras poseen rasgos que, sin dejar de incluir la fuerza física y mental, añaden características como la dulzura y la consideración, elementos que sin duda son producto de un ejercicio emocional. Un claro ejemplo es el kkonminam surcoreano (kkot - flor, minam-hombre guapo) u "hombre flor". Esta tendencia se caracteriza por la fusión de atributos femeninos y masculinos en la identidad y expresión individual, desafiando las normas sociales establecidas y dando lugar a una mayor fluidez de género; representando así una ruptura con las categorías de género binarias, donde lo masculino y lo femenino se consideran entidades separadas y excluyentes. Como resultado, el individuo posee rasgos tanto masculinos como femeninos, alcanzando una apariencia casi andrógina, creando un modelo polifacético que adoptan una armoniosa mezcla de características masculinas y femeninas, creando un aura cautivadora respondiendo a las preferencias cambiantes de los consumidores, tanto hombres como mujeres.

Como señala Gill (2008, como se cita en Li, 2020), la agencia de las mujeres es una "característica obligatoria" y "requerida" de la subjetividad postfeminista y neoliberal. Mediante el consumo de celebridades masculinas sexualizadas, esta nueva cultura de consumo ha permitido a las consumidoras afirmar su agencia y alcanzar el empoderamiento. Para describir este nuevo tipo de estética masculina que ha mostrado el empoderamiento de la mujer, afirman Kim et al. (2013), la elección del kkotminam fue un síntoma del aumento del dominio femenino.

El papel de los componentes visuales y las narrativas transmedia en el k-pop

Asimismo, la idea expuesta por Chion (1993) de que el sonido, (más concretamente la música en este caso), "añade valor" a la imagen, se basa en el "contrato audiovisual", según el cual ambos sentidos son interdependientes (vista y audición), al igual que el valor expresivo e informativo que un sonido añade a una imagen deriva naturalmente de lo que es visto y ya está presente en la imagen. Cuando una experiencia auditiva y visual se producen en el mismo momento, se unen espontáneamente para formar un fenómeno conocido como sincronismo. Este se ve presente a lo largo de las narrativas visuales de los videos musicales de k-pop, donde se hace hincapié en cómo la audición está implicada y entrelazada con la visión para distinguir la voz como una realidad auditiva y una

superficie visual que puede leerse, perfilarse y objetivarse. Las letras que intentan expresar ideas de autoconocimiento, aceptación e introspección; armonía, amor, amistad y libertad han sido reconocidas como características de fondo de los vídeos musicales del k-pop. Además, al igual que en los dramas coreanos, existe una representación híbrida de la masculinidad.

Se ha determinado que este tipo de material se consume sobre todo en línea, es decir, este público específico utiliza sitios de “streaming” (refiriéndose a la transmisión continua de audio o video a través de una red informática) de video. Además, existe la compra continua de merchandising oficial asociado a estos dos aspectos a través de Internet. Esta adquisición continúa se ha convertido en un componente fundamental para reforzar los lazos entre los miembros de este grupo (fanáticos de k-pop). Del mismo modo, el consumo de esta información refuerza el sentimiento de pertenencia como miembro de la comunidad Hallyu.

El k-pop es una nueva forma musical que se ha descrito como una forma cultural híbrida. Las teorías de la hibridez cultural (como la teoría de la hibridación, la teoría de la globalización y la teoría de la poscolonialidad) han ganado popularidad como alternativa al imperialismo mediático y la homogeneización cultural. Los entusiastas del k-pop lo identifican a menudo como una mezcla de muchos textos y géneros. Los seguidores extranjeros del k-pop lo utilizan como recurso cultural para reimaginar la globalización y profundizar en el contexto social de su representación y consumo. Estos parecen reinterpretar y reapropiarse del texto del k-pop basándose en sus propias experiencias y lugares, participando de una forma vernácula y orgánica de cosmopolitismo.

Del mismo modo, la diplomacia económica surcoreana se ha distinguido por centrarse en las exportaciones, especialmente en el sector tecnológico, así como en el desarrollo de capital humano con fines de entretenimiento, como el k-pop y los K-dramas. Debido a la globalización de Internet y las redes sociales, las características visuales son cada vez más importantes a la hora de evaluar los productos, especialmente los musicales. Hoy en día, gracias a la globalización y a las redes sociales, es posible establecer paralelismos con otras culturas y regiones del mundo, de modo que los jóvenes de diversas nacionalidades pueden ver que estos ídolos coreanos no son lo mismo que los “ídolos” de Occidente.

En este contexto, los componentes visuales han cobrado cada vez más importancia en la evaluación de los productos a través de los medios de comunicación y las artes creativas, especialmente en la música. Los vídeos musicales son fundamentales para superar las dificultades lingüísticas del k-pop. Proporcionan imágenes al consumidor, sirven de telón de fondo inicial y fomentan determinados estilos para potenciar las interacciones y las evaluaciones emocionales de la identidad. Esta tendencia es evidente en países latinoamericanos como Colombia, donde el k-pop y la cultura coreana pueden

motivar a los jóvenes latinoamericanos a tomar decisiones importantes en relación con la memoria social.

7. METODOLOGÍA

Para explorar la influencia de los productos audiovisuales del K-pop en la construcción de la memoria social de su público, se optó por una metodología cualitativa con principios del enfoque de la teoría fundamentada. De tal manera que haya una comprensión a profundidad de las experiencias, percepciones y significados que los fans del k-pop atribuyen a estos productos audiovisuales.

El estudio se llevará a cabo con una muestra diversa de fans del K-pop (10 participantes) en la ciudad de Medellín, Colombia. Estos serán de diferentes edades, géneros y estratos socioeconómicos para obtener una comprensión integral del fenómeno. La selección se llevará a cabo a través de plataformas de medios sociales y grupos de fans. Se seguirán protocolos éticos estrictos para garantizar la participación activa y el consentimiento informado de todos los participantes. Se les informará sobre los objetivos del estudio, las medidas de confidencialidad y su derecho a retirarse en cualquier momento.

Además de las entrevistas con los fans del k-pop, otro paso fundamental consiste en entrevistar a un psicólogo experto en comportamiento individual y dinámica de grupo. El objetivo de esta entrevista es conocer los mecanismos psicológicos que subyacen al comportamiento de los fans y la dinámica de las comunidades de fans del K-pop. El punto de vista del psicólogo proporcionará información valiosa sobre las motivaciones, las conexiones emocionales y las interacciones sociales que influyen en el comportamiento de los fans y la dinámica de grupo dentro de los fandoms del K-pop. Su experiencia contribuirá a una comprensión más holística de cómo los productos audiovisuales pueden contribuir a la construcción de la memoria social entre su público.

Los datos se recogerán mediante entrevistas semiestructuradas, que permitirán explorar las experiencias individuales de los aficionados y la retroalimentación académica por parte del experto. El análisis de contenido será un componente crucial, centrándose en el contenido de los productos audiovisuales del K-pop, incluidos los vídeos musicales, teasers, animaciones, entre otros. Se prestará especial atención a los elementos visuales, narrativos y musicales que contribuyen a la construcción de la memoria social.

El análisis de los datos se guiará por los principios de la teoría fundamentada. Se buscarán patrones, relaciones y temas emergentes en los datos recogidos para comprender cómo influyen los productos audiovisuales del K-pop en la construcción de la memoria social entre su público. Se identificarán categorías y conceptos emergentes que conduzcan al desarrollo de una teoría que explique el papel de los productos audiovisuales del K-pop en la formación de la memoria social.

7.1 Enfoque de la investigación

Para abordar este fenómeno complejo (la influencia de los productos audiovisuales del kpop en la construcción de la memoria social de su público), que involucra tanto a un grupo humano como a objetos, se optó por realizar una investigación cualitativa. Este enfoque se consideró el más adecuado debido a su capacidad para comprender las experiencias subjetivas, actitudes y comportamientos de los individuos. La investigación cualitativa se basa en la recopilación y análisis de datos no numéricos para obtener una comprensión profunda del fenómeno en cuestión. Este tipo de investigación requiere una cuidadosa planificación y ejecución para garantizar que los resultados sean precisos y fiables.

Junto con esto, se emplea la teoría fundamentada, gracias a que está concuerda con la dirección planeada de la investigación, permitiendo la sistematización del proceso para la construcción de hipótesis y teorías mediante la recopilación y el análisis de datos. La teoría fundamentada se utiliza cuando se sabe poco sobre un fenómeno, y es apropiada para poblaciones diversas de áreas. Se caracteriza por un proceso iterativo de codificación, comparación y conceptualización que permite identificar patrones, relaciones y categorías emergentes dentro de los datos. Es una forma de conceptualización de datos que implica el descubrimiento de patrones emergentes.

7.2 Técnicas de recolección de datos

Para comprender a fondo el impacto del k-pop en la narrativa visual y la memoria social, las entrevistas semiestructuradas se presentan como herramientas ideales para la recopilación de datos debido a sus características y ventajas. Como son la precisión y control, ya que permiten obtener información detallada al seguir un “guión” predefinido, minimizando sesgos y asegurando la comparabilidad de respuesta, incluyendo preguntas abiertas que permiten a los participantes expresar sus ideas con libertad, proporcionando una perspectiva amplia y rica.

Igualmente permiten la diversidad de perspectivas alcanzando así a un público diverso, lo que proporciona una visión generalizada del impacto del fenómeno estudiado. Por esta razón son métodos de alta validación y confiabilidad, gracias a la posibilidad de ser grabadas y transcritas para su análisis posterior, evaluando la confiabilidad de las respuestas y verificando la consistencia de los datos.

7.3 Análisis de datos

Teniendo en cuenta que se llevará a cabo una investigación cualitativa, la selección del método de análisis de datos es una decisión crucial que determina la forma en que se interpretan y se extraen conclusiones a partir de la información recopilada. Al abordar un tema como el impacto del k-pop en la narrativa visual y la memoria social, estas dos metodologías sobresalen como opciones viables: la Teoría fundamentada (TF) y el Análisis de contenido (AC).

La teoría fundamentada es un enfoque inductivo que se basa en la generación de teorías a partir de los datos recolectados. Es ideal para explorar temas emergentes o poco conocidos, permitiendo que los conceptos y las relaciones surjan del propio material. En el contexto del k-pop, esta podría utilizarse para analizar cómo los videos musicales construyen narrativas visuales, cómo los fans interpretan estas narrativas y cómo estas narrativas influyen en la memoria social.

Por su parte, el análisis de contenido es un enfoque deductivo que se utiliza para sistemáticamente clasificar y cuantificar el contenido de los datos. Es útil para identificar patrones, tendencias y relaciones dentro de un conjunto de datos predefinido. En este podría utilizarse para analizar la frecuencia de ciertos elementos visuales en los videos musicales o comparar las narrativas presentadas en diferentes grupos de videos.

Al emplearse de forma conjunta se puede obtener una comprensión más completa del fenómeno. Aportando así profundidad y contextualización a los hallazgos, al igual que proporcionar rigor y sistematización a las teorías emergentes.

7.4 Población

El presente estudio se llevará a cabo con una muestra diversa de fans del K-pop residentes en la ciudad de Medellín, Colombia. Se busca obtener una comprensión integral del fenómeno del k-pop en la región, por lo que la muestra estará compuesta por 10 participantes que cumplan con los siguientes criterios:

- Edad: Entre 18 y 29 años.
- Género: Masculino y femenino.
- Estrato socioeconómico: 3, 4 y 5.

La selección de los participantes se realizará a través de dos vías principales:

- Plataformas de redes sociales: Se publicarán anuncios en redes sociales populares como Facebook, Instagram y Twitter, invitando a los interesados en participar a completar un formulario de selección.
- Grupos de fans: Se contactará con administradores de grupos de fans de k-pop en Medellín para solicitar su colaboración en la difusión del estudio y la selección de participantes entre sus miembros.

Se espera que esta estrategia de selección permita obtener una muestra diversa y representativa de la población de fans del k-pop en Medellín, abarcando diferentes rangos de edad, géneros y niveles socioeconómicos. Esto contribuirá a la validez y generalización de los resultados del estudio.

Se garantizará el anonimato y la confidencialidad de los participantes durante todo el estudio. Se les informará sobre los objetivos del estudio, los procedimientos de recolección de datos y su derecho a retirarse en cualquier momento. Se obtendrá

el consentimiento informado de todos los participantes antes de iniciar la recolección de datos.

8. RESULTADOS

La exploración de las narrativas visuales del K-pop permite comprender el papel que desempeña este género en la construcción de identidades culturales colectivas en una sociedad moderna y fluida. La singular narrativa del K-pop combina música, imágenes y actuaciones para crear historias convincentes que resuenan con fuerza entre el público. Esta fusión crea una conexión emocional entre los fans y el contenido, que es clave para construir un sentimiento de pertenencia dentro de la comunidad K-pop. La vibrante estética, con gráficos elegantes y centrales y diseño escenográfico, mejora la experiencia narrativa y atrae a una audiencia global. El simbolismo juega un papel crucial en su narrativa; los elementos visuales a menudo contienen mensajes más profundos que crean un lenguaje compartido entre los fans, consolidando aún más su identidad colectiva.

La incorporación de elementos de la cultura surcoreana en el K-pop facilita la participación y apreciación entre los fans internacionales, enriqueciendo su comprensión de la cultura coreana, permitiéndoles integrar estos aspectos en su identidad. La expresión emocional de los vídeos de K-pop aborda temas como el amor, la salud mental y las cuestiones sociales, haciendo el contenido cercano e impactante. La cultura del fan asociada al K-pop fomenta la creación de comunidades al permitirles a estos (los fans) interactuar entre sí y compartir experiencias que fomentan un sentimiento de identidad común. Además, muchas estrellas del K-pop utilizan su plataforma para defender causas sociales y políticas, lo que no sólo sensibiliza sobre temas importantes, sino que también ayuda a los fans a comprender mejor los valores que comparten.

Cuando se compara el storytelling en el K-pop con el que se presenta en los productos audiovisuales occidentales, se evidencian varias diferencias. Mientras las narrativas occidentales a menudo enfatizan complejidad e individualismo, el K-pop tiende a centrarse en historias directas y emotivas que se pueden ver rápidamente. La consistencia estética a lo largo de los varios grupos de K-pop contrasta con la diversidad de estilos de los medios occidentales. Además, el K-pop incorpora activamente mensajes sociales relevantes a su audiencia, mientras que la música pop occidental prioriza el entretenimiento sobre estos temas.

La narrativa visual del K-pop también refleja las dinámicas de la modernidad líquida al facilitar una integración cultural y la formación de una identidad híbrida entre los fans. Este fenómeno le permite a los individuos adoptar aspectos de la cultura coreana mientras reevaluar su propio contexto cultural. La conexión emocional promovida a través del K-pop trasciende los límites geográficos, aumentando el atractivo general de género. Sin embargo, estas narrativas no están exentas de desafíos; algunas culturas ven el K-pop como algo poco convencional o inaceptable, creando conflictos internos para los fans.

La alteración de las narrativas visuales en el K-pop influyen significativamente la memoria social en sus consumidores. Al mezclar elementos de la cultura coreana con influencias locales de alrededor del mundo, el K-pop fomenta una memoria social colectiva que refleja diversas experiencias culturales. Los aspectos del storytelling resuenan con la audiencia en un nivel emocional, facilitando la forma que que experimentan sus experiencias personales. Adicionalmente, la representación de las problemáticas sociales dentro de sus narrativas permite que el fan cree memorias en base a estos temas, haciéndolos más relevantes en sus vidas.

Las implicaciones para la cohesión social dentro de las comunidades del K-pop son profundas. Los fandoms crean ambientes donde los individuos se sienten aceptados y conectan por medio de intereses compartidos. Esta sensación de pertenencia es esencial en sociedades donde sus preferencias musicales puedan verse estigmatizadas. La diversidad de orígenes de los fans promueve el intercambio cultural y la comprensión, al tiempo que refuerza las relaciones interpersonales. Además, muchos fans encuentran refugio emocional en el K-pop, lo que refuerza el bienestar personal y la solidaridad colectiva.

Por consiguiente, las narrativas visuales del K-pop proveen un lente que permite investigar las dificultades de la identidad cultural y la memoria social de su consumidor en un mundo constantemente cambiante. El K-pop construye identidades individuales mientras que fortalece la cohesión social entre sus fans al impulsar las relaciones emocionales y la apreciación cultural.

9. DESARROLLO Y VALIDACIÓN DEL PRODUCTO

Para explorar este tema en profundidad, se propone la construcción de un álbum que recopila de manera atractiva la información obtenida sobre el diseño de la narrativa visual del K-pop en la modernidad líquida. Con esto en mente se aplicará la metodología de Doble Diamante para la construcción del producto. Esta se divide en cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar y entregar.

En la fase inicial de descubrimiento, la atención se centra en sintetizar los conocimientos obtenidos de la investigación e interpretación de los resultados. A través de una revisión exhaustiva de la bibliografía y los informes de resultados, se identifican las principales tendencias y percepciones, lo que proporciona una base para el desarrollo del producto transmedia. Además, el compromiso con los fans y entusiastas del k-pop a través de las entrevistas ofrece una valiosa perspectiva del usuario, que orienta la dirección del contenido y la presentación del álbum.

Al pasar a la fase de definición, se establecen objetivos claros para el producto, esbozando su propósito, el público al que va dirigido y el impacto previsto. Se establecen principios de diseño que encapsulan la esencia de la narrativa visual del k-pop en la modernidad líquida y dan prioridad a la comunicación eficaz de los constructos de la memoria social. A partir de las preferencias y los intereses de los usuarios, se desarrolla el concepto, con sesiones de lluvia de ideas en las que surgen conceptos que se ajustan a los objetivos y los principios de diseño, garantizando la coherencia con las ideas y las percepciones de los usuarios.

En la fase de desarrollo, se elaboran prototipos de baja fidelidad del álbum de k-pop, integrando elementos de diseño, temas y estructuras narrativas derivados de las conclusiones de la investigación. El perfeccionamiento iterativo basado en las pruebas de usuarios y las opiniones de las partes interesadas garantiza la coherencia y la resonancia del álbum entre el público destinatario. Al mismo tiempo, se crean contenidos multimedia de alta calidad, como pistas musicales e imágenes. Este contenido se elabora meticulosamente para que se ajuste a los principios de diseño establecidos y a los objetivos narrativos, garantizando una experiencia coherente y atractiva para el público.

Al pasar a la fase de entrega, se finaliza la producción del álbum de K-pop, centrándose en pulir e integrar a la perfección todos los elementos multimedia. Se realizan pruebas exhaustivas de control de calidad para detectar y resolver cualquier problema técnico o incoherencia que pueda perjudicar la experiencia del usuario.

10. CONCLUSIÓN

La transformación de las narrativas visuales en el K-pop ha emergido como un fenómeno significativo que impacta fuertemente la memoria social y las prácticas de su consumidor. Esta influencia refleja una tendencia más amplia en la modernidad líquida, donde las identidades culturales son fluidas y en constante evolución. El K-pop, caracterizado por su storytelling único que integra música, efectos visuales y performance, crea narrativas convincentes que resuenan ampliamente con su audiencia.

El K-pop como mecanismo para la identidad colectiva

La capacidad del K-pop de conectar emocionalmente con su audiencia es la base de su atractivo. Las estéticas vibrantes, que incluyen el diseño del set, baile y moda, mejoran la experiencia de la narrativa y atraen una audiencia emocional. El simbolismo es importante, los componentes visuales pueden tener una connotación más profunda que proveen al público de un lenguaje compartido y refuerza su sentido de pertenencia e identificación.

La incorporación de diversos aspectos de la cultura coreana en el K-pop, facilita el engagement y la expresión entre sus fans internacionales. Esto no solo enriquece su comprensión de la cultura coreana, sino que también les permite estos elementos culturales en su propia identidad. La manifestación emocional encontrada en los videos musicales de K-pop, aborda temas relevantes como salud mental y problemáticas sociales, por lo que lo hace un material poderoso y relevante a un amplio conjunto de espectadores.

La cultura fandom y la construcción de comunidad

La cultura del fandom en el K-pop juega un rol clave en promover el desarrollo de la comunidad. Los fans participan en eventos comunes que refuerzan su identidad de grupo, fomentando una atmósfera donde las personas son aceptadas y conectadas por pasiones compartidas. Con el fin de unir a los fans en torno a ideales comunes e incrementar la concienciación en temas importantes, muchos idols de K-pop usan sus plataformas para promover preocupaciones y causas sociales y políticas.

En culturas donde los gustos musicales pueden ser estigmatizados o rechazados, ese sentido de pertenencia es especialmente importante. Los fans de K-pop se reúnen a celebrar su pasión por el género, creando un ambiente ameno que fortalece los vínculos dentro de la comunidad. Adicionalmente, muchos fans convierten al K-pop en consuelo emocional, lo que puede mejorar su cohesión individual y grupal.

El papel de las redes sociales

Las redes sociales son una herramienta esencial para potenciar la comunicación entre los fans de K-pop y optimizar la experiencia de general. Los fans pueden interactuar, intercambiar contenido y conversar sobre sus artistas, grupos y canciones en sitios como Twitter, Instagram y TikTok. Las interacciones en tiempo real son posibles gracias a estos medios, fomentando una comunidad en línea activa que amplía la experiencia más allá del consumo mediático convencional.

La conectividad global que ofrecen las redes sociales permite que fans de diferentes países y culturas se reúnan con un propósito común. Este fenómeno promueve el entendimiento cultural y la cohesión social dentro del fandom, ya que los fans comparten sus perspectivas y experiencias únicas. Actividades con el fanart, dance covers y proyectos colaborativos destacan la diversidad cultural al mismo tiempo que rinde homenaje al K-pop, creando de esta manera fuertes relaciones entre el fandom.

Integración cultural y formación de identidades híbridas

La narrativa visual del K-pop personifica las dinámicas de la modernidad líquida al posibilitar al usuario la construcción de identidades híbridas e integrarse culturalmente a un contexto étnico diferente al de su origen. Este fenómeno permite que se absorban características de la cultura coreana mientras se mantiene la identidad cultural propia. El K-pop fomenta vínculos emocionales que trascienden los límites geográficos, incrementando la popularidad del género.

Sin embargo, algunas culturas pueden considerar este género como poco convencional o inapropiado, resultando en conflictos internos para el individuo. A pesar de estas limitaciones, la combinación de los componentes de la cultura coreana y las influencias locales, generan una memoria social colectiva que representa un amplio panorama de experiencias culturales para el fan.

Influencia sobre la memoria social

La alteración en la narrativa visual del K-pop tiene un considerable impacto en la memoria social de su audiencia. El K-pop moldea cómo los fans recolectan y cuentan sus experiencias personales al combinar elementos coreanos y con elementos de otras culturas. El storytelling conecta emocionalmente al fan, permitiendo formar recuerdos compartidos en base a los productos audiovisuales vistos, al igual que incrementa su relevancia en la vida del consumidor.

Por lo tanto, la alteración de las narrativas visuales del K-pop, junto con las redes sociales y las interacciones de los fans, refuerza la identidad colectiva del fandom mientras impulsa la cohesión social en grupos de consumidores divergentes. Este fenómeno ejemplifica la movilidad de las fronteras culturales en la modernidad líquida, demostrando como el K-pop funciona como un vehículo para la construcción de identidades colectivas y fomentar el engagement en un mundo globalizado.

El K-pop con su distintiva narrativa y el abordaje de temas críticos, no solo funciona como fuente de entretenimiento, sino que también estimula un fuerte sentido de pertenencia en su público, mostrando el potencial del género como medio de conexión cultural.

BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, J. (2019). For a critique of the political economy of the sign. [World version]. London: Verso.

Bauman, Z. (2007). Arte ¿líquido? Madrid: Ediciones sequitur.

Chion, M. (1993). Audio-vision: Sound on screen. New York: Columbia University Press.

Choi, J., & Maliangkay, R. (2012). K-pop - The international rise of the Korean music industry. New York: Routledge.

Design Council. (2004). Design Council. Obtenido de Design Council: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation>

Gamboa, B. O., & Matute, M. A. (2022). Impacto del contenido mediático y narrativas transmedia de la industria del Kpop de la ruptura del status de la industria musical occidental. Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social.

Iadevito, P. (2014). Musical Cosmopolitanism: Analysis and Reflections on Cultural Consumption, Gender and Identities around K-Pop in Argentina. En P. Iadevito, *Aesthetic Cosmopolitanism and Global Culture* (págs. 154–178). Brill.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>

Kim, Y. (2021). The Soft Power of the Korean Wave. En *Routledge eBooks*. <https://doi.org/10.4324/9781003102489>

Li, X. (2020). How powerful is the female gaze? The implications of using male celebrities for promoting female cosmetics in China. *Global Media and China*, 56-68.

Liu, Chenyue. (2023). The Research on the Influence of KPOP (Korean Popular Music) Culture on Fans. *Communications in Humanities Research*. 4. 63-68. [10.54254/2753-7064/4/20220177](https://doi.org/10.54254/2753-7064/4/20220177).

Maldonado Tincopa, S. F. (2021). *Bangtan Universe. Análisis de la estrategia transmedia del grupo de Kpop BTS*. Lima : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Maliangkay, R. (2013-2014). Catering to the female gaze: the semiotics of masculinity in Korea's advertising. *Cultural Studies in the Asian Context*, 44-58.

Marinescu, V. (2014). *The Global impact of South Korean Popular Culture*. Estados Unidos de America: Lexington Books.

Mulvey, L. (1975). *Visual pleasure and narrative cinema*. GRIN Publishing.

Ortiz, R., (1997). Modernidad-mundo e identidades. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, III(5), 97-108.

Perona, J. G. (2020). *Hallyu en Latinoamérica: el papel de la gráfica transmedia en el álbum-objeto y su incidencia en el comportamiento del consumidor juvenil fanático*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Robles, L. e. (2021). The Star Seekers: representación de los adolescentes en los videoclips de la narrativa transmedia de TXT. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Soloway, J. (2016). The female gaze. Joey Soloway on The Female Gaze | MASTER CLASS | TIFF 2016. Toronto.

Steintrager, J., & Chow, R. (2019). Sound Objects. Duke: Duke University Press Books.

Yoon, K. (2017). Global imagination of K-pop: pop music fan's lived experiences of cultural hybridity. Popular Music and Society , 374-386.

Yoon, K. (2017). The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality. En K. Yoon, Postcolonial production and consumption of global Kpop (págs. 109-125). Lexington.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Modernidad líquida: Término acuñado por el sociólogo Zygmunt Bauman para describir la sociedad actual como un estado de constante cambio e incertidumbre. En esta sociedad, las relaciones sociales son frágiles y efímeras, y las identidades individuales están en constante evolución.

K-pop: Abreviatura de "Korean pop", un género musical popular que se originó en Corea del Sur y ha ganado popularidad en todo el mundo en los últimos años. El K-pop se caracteriza por su música pegadiza, sus coreografías elaboradas y sus imágenes llamativas.

Narrativa visual: El uso de imágenes para contar una historia. Puede tomar muchas formas, como la pintura, la fotografía, el cine y los cómics.

Transmedia: Describe historias que se cuentan a través de múltiples plataformas, como la televisión, el cine, los videojuegos e Internet. Las historias transmedia suelen ser interactivas y permiten a los espectadores participar en la narrativa.

Polifacética: Que tiene muchas caras o aspectos. Una persona polifacética es alguien que tiene muchos intereses y habilidades diferentes.

Leitmotivs: Un tema recurrente o una idea que se repite a lo largo de una obra de arte. Pueden utilizarse para crear una sensación de unidad y cohesión, o para desarrollar un tema o idea en particular.

Homogeneización: El proceso de hacer que las cosas sean iguales o uniformes. La homogeneización cultural puede referirse a la pérdida de diversidad cultural a medida que las culturas locales se ven influenciadas por una cultura dominante.

Memoria social: La forma en que una sociedad recuerda y transmite su historia y cultura. La memoria social puede plasmarse en tradiciones, monumentos, historias y otras formas de expresión cultural.

Fenómeno cultural: Un acontecimiento o tendencia que tiene un impacto significativo en la sociedad. Los fenómenos culturales pueden ser positivos o negativos, y pueden tener un impacto duradero en la forma en que las personas viven y piensan.

Redefinición: El proceso de dar un nuevo significado a algo. La redefinición puede ser un proceso gradual o repentino, y puede ser provocada por una serie de factores, como los cambios sociales, políticos o tecnológicos.

Postcolonial: Un término que se utiliza para describir el período posterior al colonialismo. La teoría postcolonial examina los efectos del colonialismo en las sociedades colonizadas y busca desarrollar nuevas formas de entender y representar la cultura y la historia no occidentales.

Storytelling: El arte de contar historias. El storytelling puede utilizarse para entretener, educar e inspirar.

Hallyu: También conocida como la Ola Coreana, es un término que se utiliza para describir la popularidad global de la cultura coreana, incluyendo el K-pop, los dramas coreanos y la moda coreana.

Female gaze: Una perspectiva cinematográfica que se caracteriza por centrarse en las experiencias y perspectivas de las mujeres. La mirada femenina contrasta con la mirada masculina, que tradicionalmente ha dominado el cine.

Feeling seeing: Un término acuñado por la filósofa feminista Laura Mulvey para describir la forma en que las mujeres son representadas en el cine como objetos de la mirada masculina.

Gazed gaze: Un término utilizado para describir la forma en que las mujeres miran de vuelta a la mirada masculina. La mirada mirada es una forma de desafío y resistencia a la objetivación de las mujeres.

Returning the gaze: Un término utilizado para describir la forma en que las mujeres se miran a sí mismas y a otras mujeres. La devolución de la mirada es una forma de crear una comunidad y solidaridad entre las mujeres.