

Fecha: 18-01-2019

Fuente: CNN Chile

Título: **Identificación y vínculos afectivos: Experta señala las claves para entender el boom del K-pop en Chile**Link: https://www.cnnchile.com/lodijeronencnn/identificacion-y-vinculos-afectivos-experta-señala-las-claves-para-entender-el-boom-del-k-pop-en-chile_20190117/

Identificación y vínculos afectivos: Experta señala las claves para entender el boom del K-pop en Chile Este fin de semana se desarrollará el más grande festival de pop-coreano en Santiago, nada menos que en el Estadio Nacional. ¿Qué fue lo que llevó a estos artistas a ganarse los corazones de los fanáticos chilenos? Lo revisamos en 360°. Los fanáticos del K-pop esperan ansiosos el SMTOWN Live, el importante festival que se desarrollará los días viernes 18 y sábado 19 de enero en el Estadio Nacional. Se trata de un fenómeno que para muchos es incomprensible, excepto para Constanza Jorquera, académica del Centro de Estudios Coreanos de la Universidad de Santiago y experta en Hallyu u ola coreana.

En entrevista con 360°, Jorquera explicó que el éxito de las bandas coreanas viene del trabajo que hacen agencias, el mismo Estado, las empresas y los productores, quienes "son capaces de articular distintos temas, como la cultura coreana en sí misma, y también se puede hibridar con temas más occidentales, con el tema de la música, los colores y la estética". En el caso de Chile, particularmente, el proceso de identificación puede ser más intenso porque vemos a Corea del Sur como un país "que salió de la pobreza, que gracias al esfuerzo, el trabajo duro y la educación, pudo salir adelante, y esto genera tanto esperanza, identificación y sentido por parte de los fanáticos". Lee también: "Por qué surgen masqueradas las estrellas de K-Pop?" Fundamental para su pensamiento, dice, es que en 2007, fue el festival de las redes sociales, que permitieron globalizar el fenómeno de los doramas coreanos (dramas televisivas coreanas) y el K-pop. "Cada vez más las industrias de entretenimiento coreanas, los grupos, los actores, los actores, son capaces de utilizar Internet como plataforma principal. No sólo redes sociales, sino que surgen plataformas, preparando vías donde puedes pagar y puedes tener acceso a cantantes o bailarines, bailarines que actúan, modelos, embajadores culturales, incluso. Genera este vínculo integral", señala la experta. "Y en cada una de las cosas que más tiene la relación con el proceso de encantamiento, durante el cual 'te haces fan de estos grupos, van creciendo los idols y vas generando estos vínculos afectivos'. Lee también: "Daniel Matamala: 'La locura desatada por un festival de K-pop es la mejor demostración del increíble salto de Corea del Sur' El SMTOWN Live es un festival que hasta hace poco se hacía sólo en Asia, Estados Unidos y algunos países de Europa. "Nunca hubiéramos pensado que en América Latina y en Chile se pudiera hacer y tener estos grupos que están en lo top, no están en decadencia", comentó Jorquera. ¿Es moda o llegó para quedarse? La respuesta, según la académica, es que "es algo que llegó para quedarse, pero depende del manejo que le pueda dar el gobierno coreano, las empresas coreanas, y cómo se da la retroalimentación con las universidades, las empresas y los gobiernos en el caso de Chile. Si ese círculo virtuoso se sigue manteniendo, puede tener mucha más proyección".

Visitas: 132.926

Favorabilidad: No Definida

Identificación y vínculos afectivos: Experta señala las claves para entender el boom del K-pop en Chile

VIRTEUS, 18 de enero de 2019. Fuente: CNN Chile

Identificación y vínculos afectivos: Experta señala las claves para entender el boom del K-pop en Chile Este fin de semana se desarrollará el más grande festival de pop-coreano en Santiago, nada menos que en el Estadio Nacional. ¿Qué fue lo que llevó a estos artistas a ganarse los corazones de los fanáticos chilenos? Lee también: "Las industrias del K-pop esperan ansiosas el SMTOWN Live, el importante festival que se desarrollará los días viernes 18 y sábado 19 de enero en el Estadio Nacional. Se trata de un fenómeno que para muchos es incomprensible, excepto para Constanza Jorquera, académica del Centro de Estudios Coreanos de la Universidad de Santiago y experta en Hallyu u ola coreana. En entrevista con 360°, Jorquera explicó que el éxito de las bandas coreanas viene del trabajo que hacen, agencias, el mismo Estado, las empresas y los productores, quienes "son capaces de articular distintos temas, como la cultura coreana en sí misma, y también se puede hibridar con temas más occidentales, con el tema de la música, los colores y la estética". En el caso de Chile, particularmente, el proceso de identificación cuando se inicia interés porque venía a Chile el año pasado con un país "que salió de la pobreza que gracias al esfuerzo, el trabajo duro y la educación, pudo salir adelante, y esto genera tanto esperanza, identificación y sentido por parte de los fanáticos". Lee también: "Por qué surgen masqueradas las estrellas de K-Pop?" Fundamental para su pensamiento, dice, es que en 2007, fue el festival de las redes sociales, que permitieron globalizar el fenómeno de los doramas coreanos (dramas televisivas coreanas) y el K-pop. "Cada vez más las industrias de entretenimiento coreanas, los grupos, los actores, los actores, son capaces de utilizar Internet como plataforma principal. No sólo redes sociales, sino que surgen plataformas, preparando vías donde puedes pagar y puedes tener acceso a cantantes o bailarines, bailarines que actúan, modelos, embajadores culturales, incluso. Genera este vínculo integral", señala la experta. "Y en cada una de las cosas que más tiene la relación con el proceso de encantamiento, durante el cual 'te haces fan de estos grupos, van creciendo los idols y vas generando estos vínculos afectivos'. Lee también: "Daniel Matamala: 'La locura desatada por un festival de K-pop es la mejor demostración del increíble salto de Corea del Sur' El SMTOWN Live es un festival que hasta hace poco se hacía sólo en Asia, Estados Unidos y algunos países de Europa. "Nunca hubiéramos pensado que en América Latina y en Chile se pudiera hacer y tener estos grupos que están en lo top, no están en decadencia", comentó Jorquera. ¿Es moda o llegó para quedarse? La respuesta, según la académica, es que "es algo que llegó para quedarse, pero depende del manejo que le pueda dar el gobierno coreano, las empresas coreanas, y cómo se da la retroalimentación con las universidades, las empresas y los gobiernos en el caso de Chile. Si ese círculo virtuoso se sigue manteniendo, puede tener mucha más proyección".