

Link: <https://paniko.cl/viaje-al-centro-del-k-pop-chileno/>

Publicidad ¿ Por qué los videoclips de K-pop tienen tantas reproducciones en este lado del océano Pacífico? ¿ Realmente entienden esas canciones sus seguidores chilenos? Estos son los adolescentes que en su tiempo libre imitan a las bandas de Corea del Sur. Santiago en una coreografía de pop coreano. // Por: Montserrat Olave &bull; Fotos y video: Alejandro Jofré. Esto no parece el centro de Santiago. No hay ambulantes ni ciegos con bastones ni gente apurada. Desde que una pandilla golpeó hasta que se aburrió a Daniel Zamudio —y su posterior muerte— que los adolescentes bailarines de pop coreano dejaron el Parque San Borja y ahora ensayan en el GAM. Ahí se mueven al unísono en grupos numerosos, un par de días a la semana, como siguiendo la coreografía de un videoclip infinito. De lejos, algunos parecen pokémones o escolares practicando para sus alianzas. Ninguno parece haber salido todavía del colegio. De cerca, pequeños parlantes amplifican canciones guardadas en celulares que gritan letras inentendibles, pero ellos parecen comprender cada palabra y hasta interpretarlas con sus pasos en cámara lenta y su apariencia a veces andrógena.

Entre medio de los grupos de bailarines nadie mira raro a nadie, todo es naturalidad y es ese efecto —entre gorros con la mitad de la cara de Pikachu y poleras de bandas K-pop escritas en coreano— lo que te hace sentir un completo extraño en el lugar equivocado. \*\*\*Su presencia es rocanrolera. Camina con polera, pantalones ajustados y bototos; de negro entero. Su corte de pelo denota el cuidado que le da a su apariencia: corto a los costados, más largo arriba, peinado hacia un lado y con gel. Tiene los ojos grandes y llega al metro y setenta y cinco centímetros. Su apariencia, un poco dura, contrasta con su personalidad acogedora.

José Luis José Luis Urzúa es uno de los integrantes de Academy Boy's, un grupo que baila pop coreano y que está compuesto por nueve chicos, todos entre los 19 y 26 años, que tributan a la banda de chicas After School. Tiene 20 años y estudia becado ingeniería en la Usach. Baila desde los 13 años y un día que no recuerda enganchó con el pop japonés, hasta que se flechó definitivamente con el K-pop.

En un principio, vio los videos de las bandas, se fijó en las coreografías y en la estética. «La música me gustó mucho» dice José Luis, pero antes de eso estuvo «en el primer grupo de J-pop que hubo en Chile, que se llamó Jpop Chile y que era como una comunidad con un foro y la gente comentaba y tiraba buena onda. En ese tiempo no era tan valorado como ahora». \*\*\*Fue alrededor del 2009 que el K-pop comenzó a tomar forma en Chile.

En los números, los videos de los grupos surcoreanos marcaban cada vez más visitas en este lado de Sudamérica y, en la práctica, y gracias a Internet, se formaron comunidades de seguidores y bandas de imitadores. Pero, un poco antes de todo eso, ya pasaba lo mismo con el J-pop, que se diferencia del pop coreano por el idioma, las temáticas de las letras y la puesta en escena. El K-pop habla sobre modelos de comportamiento, sobre el amor y su inocencia, pero también sobre la pasión. «Es como lo que pasa con Estados Unidos y Gran Bretaña, una cosa así. El J-pop y el K-pop son muy parecidos y hay de todo: rock, hip hop, balada, pop. Ahora el pop prende a la gente, motiva y se puede jugar más con la estética. Es más abierto que el rock, por ejemplo», compara José Luis. Para el sociólogo y escritor francés Frédéric Martel, la Tercera Guerra Mundial ya empezó y es cultural.

Lejos de la fuerza militar, industrial o económica, en su libro Cultura mainstream (2011) habla del "poder blando" como el compás para dibujar una nueva cartografía de los intercambios culturales. «¿Por qué triunfan Avatar, Shakira, Spielberg, Slumdog Millionaire, Disney, Michael Jackson o MTV? ¿Cómo se fabrican los best sellers, los discos superventas y los grandes éxitos de taquilla?» se pregunta Martel y lo explica de la siguiente manera: «cada día se inaugura en promedio una nueva pantalla de multicine en Chile, en India y en México. Más de la mitad de los abonados a la televisión de pago se hallan ahora ya en Asia. A medida que aparecen nuevos gigantes en la economía mundial —los países BRIC, pero también Indonesia, Egipto e Indonesia— su producción de entretenimiento y de información aumenta. Ergo: está emergiendo la cultura de países emergentes, frente al entertainment estadounidense y a la cultura europea.

Y esos nuevos flujos mundiales de contenidos empiezan a tener su peso». \*\*\*En el subsuelo del GAM ensaya el grupo K+. Uno de sus cinco integrantes es Roberto González (25) que baila hace 9 años y estudia periodismo. «El K-pop tiene una mezcla entre la Cultura Oriental y Occidental que lo hace tan atractivo para nosotros», explica. «Por ejemplo, el J-pop es muy metido en su onda, no sale de Japón, pero en cambio el K-pop está planteado para masificarse». Mientras K+ se mueve al mismo tiempo, José Luis pasa caminando y se mira en los ventanales. Like a dream, otro de los conjuntos, ensaya las canciones de las bandas Rainbow y 2NE1.

La música suena a través del celular de Karin mientras baila y, a medida que José Luis camina por detrás suyo, lo mira por el reflejo del ventanal junto a su amiga Mizo. —Él es uno de los Academy Boy's —le dice Karin a Mizo. Como en un colegio, en las tardes de K-pop en el GAM parece que todos se conocen o al menos se ubican. A eso ayuda que varios se han presentado en televisión.

Los Academy Boy's —el grupo de José Luis— han estado en competencias televisadas de k-pop y en programas como Talento chileno de Chilevisión. «Fue un logro para nosotros, nunca pensamos que íbamos a estar ahí», cuenta José Luis que con su grupo tuvo el primer lugar en el Urban Japan Fest, en el Concurso Cosplay Party y en Just Dance Countdown; y que suma el reconocimiento de las competencias organizadas por la Embajada de Corea del Sur, entre varios otros eventos. En Chile existen más de 300 conjuntos que tributan a más de 40 grupos de K-pop. Like a dream es uno de ellos y está formado por dos adolescentes de 17 años: Mizo y Karin, ambas viven en Puente Alto y van en cuarto medio en distintos colegios. Así es la media de los integrantes de estas bandas. \*\*\*After School es un grupo coreano compuesto por ocho chicas, todas de piernas larguísimas, esbeltas, de apariencia inocente y muy jóvenes. Para mantener su imagen de escolares realizan "graduaciones": las integrantes están un tiempo determinado que, cuando termina, da espacio a que entren otras más jóvenes, en una renovación constante, supervisada por su productora Pledis Entertainment. Los Academy Boy's son nueve hombres que tributan a las ocho mujeres de After School. Pero ellos no imitan a las chicas bailando, sino que «bailamos canciones que cantan y bailan mujeres», aclara José Luis. La coordinación es tal que parecen bailarines profesionales, todos vestidos iguales y maquillados para exaltar sus rasgos. «Lo difícil de esto es mantenerse e ir logrando cosas. A nosotros nos ha costado mucho, pero si dejamos de ser humildes nos hundimos» dice José Luis. En una de sus presentaciones en Talento chileno los Academy Boy's bailaron con tambores.



Tenían que tocarlos al mismo tiempo que la canción lo ordenara y así lo hicieron hasta que, luego de su presentación, el jurado compuesto por Francisca García-Huidobro, Antonio Vodanovic y el bailarín Rodrigo Díaz los felicitó al aire. After School, 2NE1, Rainbow, Sistar y Orange Caramel, son algunas de las girls bands surcoreanas. Los chilenos Academy Boy's y Like a dream son algunos de los grupos que los tributan.

Mizo y Karin —de Like a dream— usan lentes de contacto azules y morados al igual que sus ídolas de 2NE1, pero otros bailarines adolescentes utilizan circle lens que son unos lentes de contacto que agrandan el tamaño de las pupilas. —La Mizo me invitó a bailar, porque yo antes solo escuchaba las canciones —cuenta Karin. —Yo al tiro me lancé bailando —dice Mizo riendo. Me gustó el estilo y el ritmo. La estética y el carisma de los artistas me encantaron y son muy cercanos a sus fans. Además, las letras de las canciones nos identifican en muchos sentidos, por lo menos a mí y a la Karin.

Para ellas lo especial son las coreografías y toda la dedicación que los artistas coreanos ponen en cada uno de sus videos musicales y presentaciones en vivo. —Acá los jóvenes estaban acostumbrados a un mercado americano y, claro, al ver algo con otra estética, intensidad y dedicación, llama tremendamente la atención —piensa en alto Mizo. \*\*\*Tipo cinco de la tarde, todos los viernes y sábados, en el GAM hay unos veinte grupos ensayando coreografías al lado de la Alameda y otros quince más en el pequeño zócalo posterior. Entre los adolescentes, algunos tienen los ojos pintados y otros tienen el pelo de colores amarillo, rojo cobrizo, castaño claro, café claro, morado oscuro, negro.

Parece algo común teñirse así entre los ídolos k-pop, que a su vez parecen sacados del filme japonés de Daft Punk, Interstella 5555 (2003). Cuando empezó la oleada coreana, los grupos se juntaban en el Parque San Borja. Ahí practicaban y sociabilizaban. Pero desde la muerte de Daniel Zamudio que todo cambió. «El K-pop se trasladó a lugares más seguros porque el miedo a un nuevo ataque estaba latente», cuenta José Luis.

Dice que desde ese momento el GAM asomó como el lugar ideal: es un centro cultural que funciona como espacio público y que además tiene guardias. «Juntarse al aire libre fue espontáneo, el parque San Borja era el lugar típico, pero desde lo que le pasó a Daniel Zamudio nos da miedo porque nos puede pasar algo y es más probable que pase ahí a que acá o en la mutual o al lado de los Carabineros». \*\*\*Pero... ¿qué pasa realmente en Corea del sur? La canción "Gangnam style" del rapero (...) y productor Park Jae-Sang (PSY), puede ser una respuesta. El tipo no entra en el canon de belleza del K-pop, algo así como adolescentes delgados y de teñidos despeinados, pero su canción fue un bombazo en todo el mundo. Solo en Internet tiene más de 513 millones de reproducciones y más de cuatro millones de 'me gusta' en Youtube. Nadie podría sospechar que estudió música en la Universidad de Boston y en la Berklee College of Music. "Gangnam style" es una burla al estilo de vida que tienen los coreanos que viven en Seúl, específicamente en el lujoso barrio Gangnam, donde la gente parece moverse en un eterno videoclip de K-pop.

El tema y el género K-pop en general tiene un sonido de pop envasado que parece pasado por sintetizadores y post-producción estadounidense, que se propaga como una pandemia: en Corea del Sur tienen una de las velocidades de descarga más altas de Internet, con 32,5 Mb/s de promedio; y un universo de 17 millones de gamers en un país de 49 (como dato: en cualquier momento del día hay 4 millones de gamers surcoreanos conectados). En una función parecida a la Disney para América, muchos de los valores de estos colectivos de K-pop, que moldean a los adolescentes de ese país, descansan en pilares culturales como la productora y agencia de talentos Star Museum Entertainment —a cargo de fabricar bandas como H.O.T., S.E.S., Shinhwa, Super Junior o TVXQ— y el programa de televisión Music Bank, emitido por la KBS para más de 72 países y que en noviembre trae su festival musical a Latinoamérica (como dato, se escogió a la ciudad de Viña del Mar como escala única en toda la región). Como se puede ver, hay más de una vía de escape para evadir la constante tensión política y militar con la vecina Corea del Norte. \*\*\*De vuelta en este lado del Pacífico, de tanto bailar las chicas de Like a dream transpiran y toman agua mientras respiran agitadamente. —Karin, me voy, tengo que estudiar. —Dale, me voy contigo. Estoy muerta y me quiero bañar —le responde a Mizo, mientras una gota gorda cae por su frente. El próximo fin de semana participarán junto a otros 18 grupos y serán evaluadas en un concurso. El premio consiste en dinero, pero todavía no saben cuanto. Da lo mismo. En cada competencia la cantidad es distinta: \$50, \$100, \$180 ó \$250 mil pesos. Ellas quieren hacerse conocidas. Ahí se evalúa la técnica, la puesta en escena, la teatralidad y el vestuario. Además, mientras bailan cada una representa a un integrante del grupo al que tributan, por lo que la imitación también se pone a prueba y cobra mucho valor el pelo, sus gestos y movimientos. José Luis, por ejemplo, interpreta a E-Young, la chica tierna de After School: «Lleva hartó tiempo dedicarse a esto, hay que dejar cosas de lado, sacrificar tiempo con la familia y todo por amor al arte.

Además todo corre por cuenta de nosotros: la vestimenta, los arreglos musicales, los pasajes para bailar en otras partes». En una escala completamente distinta, el K-pop en Chile intenta imitar cómo se vive en Corea del Sur, donde los cantantes son preparados durante años por agencias como Pledis Entertainment y SM Entertainment, que los entrenan en el baile, en el canto, en el manejo de cámaras y en la interpretación de canciones.

A los grupos chilenos no los reclutan agencias, para muchos es un simple pasatiempo mientras que otros intentan profesionalizarlo y se pasan tardes enteras ensayando, traduciendo canciones en Internet y memorizando sus letras, los movimientos y los gestos. —Mañana a las 3 acá de nuevo —le dice Mizo a Karin. Las dos caminan al metro hasta que desaparecen entre la multitud.

Mañana otra vez los ventanales del GAM las tendrán ensayando al igual que a muchos de los adolescentes que sueñan con ser estrellas del género y que, por mientras, se conforman con practicar y conocer a sus ídolos coreanos.

A esos pocos que viajan a presentarse en los escasos conciertos de K-pop en Chile. \*\*\*Acá, algunos de los chicos que practican en el GAM al ritmo de "Bang!" de After School: Sobre el autor: Montserrat Olave De la Barrera (@montseolaved)