UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

Unidad Iztapalapa

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA

"LA INFLUENCIA DE COREA DEL SUR EN LA SOCIEDAD JUVENIL FEMENINA DE LA CIUDAD DE MÉXICO".

TRABAJO TERMINAL PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN SOCIOLOGIA

ELABORADO POR: VALDEPEÑA MARTINEZ ROSAURA

DIRECTOR: MTRO. SERVANDO GUTIERREZ RAMIREZ

CIUDAD DE MÉXICO, JULIO DE 2017

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo
C.S.H. JUL. 19 2017 C.S.H.
UNIDAD IZTAPALAPA
LICENCIATURA DE SOCIOLOGIA
COORDINACION

Agradecimientos:

A mi Madre Laura Martínez Medina por todo el apoyo que me ha brindado a lo largo de mi vida, porque sin ella no podría haberme convertido en licenciada, por enseñarme a ser una mujer independiente y por hacer mi vida tan feliz.

A mi Abuela Rosa Medina Díaz, que de no haber sido por ella no habría tenido el anhelo de ser licenciada, espero haberte cumplido el sueño de tener un licenciado en la familia, gracias por enseñarme a ser una mujer fuerte y espero que desde el cielo nos cuides como lo has hecho hasta ahora.

Al Profesor Servando Gutiérrez Ramírez por brindarme todo su conocimiento a lo largo de un año en mis seminarios de investigación, por su paciencia y por apoyo en la realización de mi tesina, permitiéndome abarcar un tema que admiro profundamente.

그들의 음악과 함께 내 인생의 일부인 엑소 멤버들에게, 당신들 덕분에 그들의 문화에 대한 나의 사랑을 발견 할 수있었고, 이 연구를 수행할수 있었습니다.

(A los miembros de Exo por formar parte de mi vida con su música, pues gracias a ustedes pude descubrir mi gran amor por su cultura e inspirarme para realizar este trabajo de investigación).

Finalmente a todas las personas que han formado parte de mi vida, en alguna etapa de la misma ayudándome en mi formación académica.

ÍNDICE

"Diseño de la investigación"

Antecedentes.....3
Planteamiento del problema.....14
Hipótesis.....15
Objetivos de estudio.....16
Justificación del tema 16
Población de estudio.....17
Metodología a emplear.....17

Capítulo 1 "México y su cercanía con Corea del Sur"

1.1 Estrategias de la cultura extranjera para influir sobre la sociedad mexicana.....21
1.2 Lejanos pero similares.....26
1.3 Acuerdos económicos y educativos.....36
1.4 Turismo entre ambos países, el papel en materia turística de México en Corea del Sur.....49
1.5 Conciertos y eventos de k-pop en México.....60
1.6 Locales comerciales coreanos en México.....74
1.7 Matrimonios y relaciones sentimentales internacionales.....85

Capítulo 2 "Análisis de los factores sociales del k-pop que influyen en las jóvenes de la Cuidad de México"

2.1 El k-pop en la vida cotidiana de las mexicanas 96
2.2 Mercadotecnia del k-pop.....108
2.3 Medios de comunicación que emplea el k-pop.....119

2.4 Grupos de amigas que conforman las k-popers.....130
2.5 Metas académicas y profesionales de fans del pop coreano.....141
2.6 Estudio de idiomas y de música.....153

Capítulo 3 "Investigación de campo"

3.1 Diario de campo.....164
3.2 Interpretación de resultados.....174
3.3Conclusiones.....190
3.4 Bibliografía.....201
3.5 Anexos
A) Glosario.....219
B) Cronograma de actividades.....220
C) Cuestionario..... .221

Antecedentes

En los últimos años en nuestro país se ha desarrollado una fuerte relación con los países asiáticos, en especial con la música que se ha convertido en la preferida de algunos jóvenes mexicanos. Uno de los países que comienza a ser popular en México, es Corea del Sur mismo que se ha extendido a lo largo del mundo utilizando al entretenimiento para hacerse presente en la vida de millones de personas. Este acontecimiento se ha vuelto un fenómeno social importante pues conforme pasan los días los jóvenes mexicanos suelen adentrarse a este continente para conocer todo sobre ellos, incorporando nuevas actividades a su vida cotidiana, es porque ello que después de convertirme en fan de esta cultura descubrí el auge que tiene en nuestro país.

Este fenómeno no ha sido estudiado a profundidad en nuestro país, por ello decidí emprender esta investigación para conocer qué beneficios provoca en la sociedad juvenil femenina de la Ciudad de México al volverse admiradoras del país surcoreano. Comenzaré mencionando que el entretenimiento coreano se caracteriza por tener dos significados distintos e importantes que señalaré a continuación:

- "La ola hallyu": Es un concepto significativo que es utilizado para definir al entretenimiento de Corea del Sur, se tiene registro que comenzó a partir de los años 90 y este término incluye telenovelas y música. La música pop de Corea empezó a ser presentada desde 1997 en la Academia Seúl de Música en Beijing, y en particular, la música de baile, *cobró gran popularidad entre la juventud.*

  Un evento que marcó un hito decisivo para el afianzamiento del Hallyu fue el Concierto de H.O.T. (High five of teenagers), con el grupo de cantantes bailarines de estrellas jóvenes, realizado en febrero de 2000. Fue a partir de

este concierto que los medios y la prensa de Corea comenzaron a usar plenamente el término "Hallyu"[1].

- El k-pop (pop coreano) es un género musical que mezcla varios ritmos como la electrónica, hip-hop, rap, etc. Pero sin dejar de lado la balada, o incluso recordando algunas de sus canciones de cantantes que estuvieron de moda con anterioridad.

Debido a que la música coreana es el factor de mayor influencia en nuestro país me centrare en explicar la misma, resaltando su mezcla de distintos estilos tanto tradicionales como los modernos, la mayoría de ellos son de acuerdo a las nuevas tendencias de moda, dirigidos por expertos diseñadores, coreógrafos y mercadólogos tanto coreanos como extranjeros. El pop coreano se encarga de adquirir nuevos ritmos que nunca ha hecho anteriormente ya que se caracterizan por mezclar diversos ritmos desde los electrónicos hasta melodías que se acompañan de instrumentos de música clásica, además los jóvenes que quieren ser denominados como idols[2] o artistas deben de pasar por largas pruebas.

Primero deben hacer audiciones demostrando que son los mejores para pertenecer a la agencia musical, posteriormente que sean aceptados deben pasar de acuerdo a sus capacidades años como el aprendices en las distintas agencias, deben demostrar un comportamiento ejemplar, asistir a todas sus clases si es que continúan estudiando y al mismo tiempo coordinarse con los entrenamientos de la agencia que van de 10 a 12 horas aproximadamente, debido a que les exigen prepararse lo mejor posible antes de poder pertenecer a sus agencias musicales.

Todo este género esta tan perfeccionado que tanto las canciones como los artistas deben ser perfectos, cuentan con distintas y estrictas dietas, rutinas de ejercicio, cambios de look (de color de cabello, de ropa, etc).

---

[1] Información obtenida de http://spanish.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu

[2] Para conocer el significado, consultar el glosario en la pagina número. 219

Deben de asegurarse de brindarle lo mejor a la sociedad coreana y al mundo entero ya que en especial la población coreana es muy estricta en cuanto el respeto, la apariencia y el qué dirán los demás.

Esto es algo que complementa muy bien el k-pop pues a pesar de que cuentan con una avanzada tecnología en los medios de comunicación masiva y escenográfica que ayuda a los artistas a verse espectaculares en el escenario.
Este género musical se caracteriza porque sus artistas poseen especiales comportamientos por ejemplo las mujeres no olvidan que deben de ser tiernas y talentosas, mientras que los hombres son masculinos y respetuosos, es decir son dignos de poderlos presentar ante la sociedad.

Tanto los hombres como las mujeres idols buscan que su apariencia sea la mejor y recurren a clínicas de belleza o maquillajes para que su presentación ante la gente sea la mejor, sin olvidar que deben demostrar su talento ante todo. Las canciones que presenta este género suelen estar acompañadas de melodías alegres y contagiosas, causando que miles de jóvenes tengan en la cabeza la mayoría del tiempo las regocijantes melodías.

Las agencias musicales siempre buscan tener al mejor capital humano bajo su poder e incluso podrían denominarse como "explotadores" por exigirles a los jóvenes artistas, realizar exhaustivos conciertos, practicas canciones por largas horas, participar en marcas de publicidad, para que comiencen a obtener ganancias y retribuirse o incluso multiplicarles el dinero que las agencias musicales han invertido en ellos en operaciones estéticas, escuelas, vestuarios, boletos de avión para las giras internacionales, coreógrafos, estilistas, etc.

Las industrias musicales más renombradas de Corea del Sur son SM Entertaiment[3] (SM엔터테인먼트) que es un sello discográfico independiente,

[3] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:SM_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet https://m.smtown.com/

agencia de talentos, productora y editora de música proveniente de Corea del Sur fundada el 14 de febrero de 1995. Su actual CEO es Kim Young Min.

La agencia está dentro del llamado "Big Three" (SM, JYP y YG), las 3 discográficas más grandes de Corea del Sur, debido a su fuerte participación en el mercado y en las operaciones internacionales. SM es reconocida por iniciar y liderar la llamada "Ola Hallyu" alrededor de Asia y del mundo. Una vez fue el hogar de grupos coreanos famosos como H.O.T., S.E.S, y Shinhwa, su lista actual de artistas incluye a KangTa, BoA, TVXQ, The Grace, Super Junior, Zhang Li Yin, Girls' Generation, J-Min, SHINee,F(x), EXO, Red Velvet, NCT y Henry Lau, los cuales gozan de éxito a nivel nacional e internacional.

Además, es el hogar de algunos actores como Go Ara, Kim Min Jong, Kim Ha Neul, Lee Yeon Hee, Kim Ian, entre otros. SM Entertainment también co-publica junto a Avex Trax los lanzamientos de artistas japoneses como Ayumi Hamásaki, Namie Amuro y Koda Kumi, así como algunos artistas de Johnny's Entertainment como Arashi y KAT-TUN.

En 2012, la capitalización de mercado de la compañía se elevó a ₩1.38 trillones (US$1.24 billones) alcanzando el estado de una Mega-corporación. S.M. Entretenimiento (SM significa Star Museum: Museo de Estrellas) es una empresa de entretenimiento de Corea del Sur, fundada por Lee Soo Man. La compañía opera un sello discográfico, agencia de talentos, agencia de viajes, la productora de cine, compañía de producción de música, gestión de eventos y empresa productora de conciertos, así como una música editorial.

La segunda compañía discográfica con mayor importancia en Corea del Sur es YG Entertaiment[4] (YG 엔터테인먼트) fundada el 24 de febrero de 1996 es una

[4] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:YG_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.ygfamily.com/

empresa de entretenimiento de Corea del Sur, fundada por Yang Hyun-suk con sede en Seúl , Corea del Sur . La compañía opera un sello discográfico, agencia de talentos, línea de ropa, la firma de cosméticos, gestión de eventos y conciertos productora, productora de música, así como su editorial propia música. El nombre de la empresa, "YG", es una abreviatura de "Yang Goon", un apodo dado al Director Ejecutivo / Fundador Yang Hyun-suk.

Fue el hogar de grupos de hip-hop famosos como JinuSean y 1TYM , su lista actual de artistas son conocidos por ser una agencia en donde tiene los más grandes de K-pop actos para ganar fama internacional, especialmente BIGBANG, 2NE1, y PSY. En términos de contribución de ingresos, BIGBANG es grupo más famoso de la compañía.

Una compañía de entretenimiento destacado en Corea del Sur, su sello discográfico es también uno de los tres sellos discográficos grandes en la industria de K-pop, junto a SM Entertainment y JYP Entertainment estando dentro del llamado "Big Three" (SM, JYP y YG), las 3 discográficas más grandes de Corea del Sur, debido a su fuerte participación en el mercado y en las operaciones internacionales. Los contenidos oficiales por YG Entertainment y sus artistas tienen acumulativa mente cosechado más de 7 mil millones de visitas y están suscritos por más de 18 millones de usuarios en los canales de YouTube artistas individuales.

La compañía se convirtió oficialmente en una empresa que cotiza en bolsa desde el 23 de noviembre de 2011. En 2012, los precios de las acciones de YG Entertainment vieron un incremento año tras año de más del 60%, debido al aumento de la publicidad tras los logros de varios artistas en la etiqueta, especialmente PSY quien con su gran hit Gangnam Style .

El 13 de septiembre de 2014, el brazo de capital privado gigante de lujo francés LVMH, L de Capital Asia, anunció que invertirá hasta US $ 80 millones en YG

Entertainment. Con sede en Singapur, L de Capital Asia será el segundo mayor inversionista en YG Entertainment con un 11. 5 por ciento de interés, Yang Hyun-suk , el fundador de YG Entertainment, tiene una participación del 28 por ciento.

La tercer compañía discográfica con mayor importancia es JYP Entertainment[5] (엔터테인먼트) es una empresa de entretenimiento de Corea del Sur, fundada por J.Y.Park en noviembre de 1997. La agencia está dentro del llamado "Big Three" (SM, JYP y YG), las 3 discográficas más grandes de Corea del Sur, debido a su fuerte participación en el mercado y en las operaciones internacionales.

Hogar de cantantes reconocidos como Rain, Park Ji Yoon, Byul & el grupo G.O.D. Su lista actual de artistas incluye 2PM, Wonder Girls, 2AM, Miss A, GOT7, TWICE, DAY6. En términos de ingreso, 2PM y Suzy son quienes aportan más ingresos a la empresa. Solo JYP Corporation está valorado en más de 100 millones de dólares. JYP también se asocia con otras casas de producción.

Big Hit Entretenimiento (filial de JYP), AQ Entretenimiento (ex-filial de JYP), J. Tune Entertainment (subsidiaria JYP desde 2011) son el principal JYP pero también tiene fuertes relaciones con Cube Entertainment, Loen Entertainment y Starship Entertainment.

JYP (Las iniciales del propietario J.Y.Park) es una empresa de entretenimiento de Corea del Sur. La compañía opera un sello discográfico, agencia de talentos, compañía de producción de música, gestión de eventos y empresa productora de conciertos.

Otras agencias musicales de k-pop son Cube Entertainment/Play CUBE Entertainment[6] es un sello discográfico de Corea del Sur, fundado en el 29 de

[5] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:JYP_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.jype.com/

[6] Información obtenida dehttp://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:Cube_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.cubeent.co.kr/

agosto del 2006 por, Hong Seung Sung, un ex empleado de JYP Entertainment y Shin Jung Hwa. Algunos de los artistas de CUBE y JYP fueron entrenados una vez juntos. Cube es distribuido por Universal Music Korea.

A-Cube (Plan A) era una compañía hermana de Cube Entertainment fundada en el año 2011 sin embargo en el 2016 se hizo independiente bajo el mando de LOEN, dejando lazos con CUBE. Muy pronto tendrán otro grupo de chicas, por el momento el grupo se conoce como Cube Girls, la cual han hecho una colaboración con Yo Seob de B2ST/BEAST la canción se titula "Perfume". En Agosto del 2014 Cube se fusiona con su filial Cube DC obteniendo el 100% de las acciones de dicha compañía de esta manera los artistas pertenecientes a la misma quedan a disposición de Cube Entertainment.

LOEN Entertainment[7] es una agencia de talentos y distribuidora, que distribuye algunos de su compatriotas más grandes. Su nombre significa amor y entretenimiento también es Acrónimo: Live On Entertainment Networks. Su Visión es ser la empresa líder de Corea del Sur y su misión es que sus clientes queden satisfechos.

Starship Entertainment[8] es un sello discográfico de Corea del Sur. En la actualidad está formado por el grupo de chicas Sistar, el cantante K.Will y el grupo de chicos Boyfriend. El fundador de la compañía, Kim Shi Dae Anteriormente trabajó como road manager de una banda de K-pop llamado Cool y trabajó para el entretenimiento con gran éxito entre 2005 y 2007, para luego establecer su propia compañía. El primer artista Starship fue K.Will, seguido de Sistar y Boyfriend.

Pledis Entertainment[9] es un sello discográfico de Corea del Sur fundada en el 2007 por Hang Sun Soo y Kahi, hogar de artistas como After School, Orange Caramel, NU'EST, Seventeen, Han Dong Geun y Raina. Han Sung Soo fue

[7] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:LOEN_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.iloen.com/eng/

[8] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:Starship_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.starship-ent.com/

[9] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:PLEDIS_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.pledis.co.kr/html/main.html

bailarín de grupos pertenecientes a empresas como SM Entertainment, YG Entertainment, y etc. logrando viajar como bailarín a diferentes partes del mundo como Japón, USA, Tailandia, etc. Después de su carrera como bailarín pasa a ser manager de BoA y trabajar para SM Entertainment. Son Dam Bi fue el primer artista en debutar bajo Pledis en el 2007. Ella se convirtió en éxito y fue nombrada la versión femenina de Rain. Luego de eso en 2009 debutó a After School como su primer grupo femenino.

FNC Entertainment[10] es una empresa de gestión de entretenimiento subsidiaria de CJ E&M Music and Live y Mnet Media. FNC Entertainment está compuesta por talentosos productores y trabajadores en el ámbito del desarrollo de artistas, la gestión, el cine, el teatro y OSTs. La compañía también se especializa en conciertos. Comprendiendo el entorno cambiante de la industria musical, FNC Entertainment espera ofrecer música hermosa y melódica que se adapte a todo tipo de edades. FNC Entertainment tiene como objetivo difundir la música hermosa con la ayuda de sus equipos profesionales de alta tecnología y métodos de producción competitivos que no tienen rival.

FNC Entertainment, anteriormente conocida como FNC Music. El director creativo es el compositor Han Sung Ho. Fue fundada en 2006, su nombre FNC significa "pescado y pan" haciendo referencia a los panes y pescados que Jesús multiplico según la biblia. Comenzó exclusivamente por la gestión de los músicos, pero cambio su nombre a FNC Entertainment en 2012.

Big Hit Entertainment[11] es un sello discográfico de Corea del Sur, fundado el 1 de febrero de 2005, tras la fundación de Big hit fueron dos miembros que estuvieron detrás de este gran proyecto con el ex Compositor de JYP, Bang sihyuk y el entonces co-ceo de JYP Jungwook, Jungwook se retiró de este proyecto para ser el nuevo ceo de JYP, hay lazos fuertes de JYP y BigHit.

---

[10] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:FNC_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.fncent.com/

[11] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:BigHit_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://ibighit.com/introduction/sub_introduction1.asp

DSP Média[12] es un medio de comunicación que desea brindar al público ratos agradables, no importando la edad si es la música quien les une; también se ha incursionado en los negocios de contenidos televisivos, la industria manufacturera, y sirve como una fuente para difundir la cultura. DSP Media o Deasung Entertainment conocida anteriormente como DSP Entertainment es una agencia de talentos de Corea del Sur.

DSPmedia empezó operaciones en 1991, desde sus inicios conllevan una planificación y gestión de producción, creando nuevas estrellas para la comercialización; obteniendo a su disposición estudios de grabación, negocios con dispositivos de contenido online, actas y distribución. A partir de 2005 se da la Producción Audiovisual, ampliar el territorio a empresas de producción de entretenimiento, creciendo rápidamente. En 1992 se empieza con la realización de grupos y solistas.

WM Enterneiment[13] Es una agencia de talentos; productora y editora de música pop sur coreana, dedicada a crear artistas de una forma profesional, combinando fortaleza y habilidad, para así poder explotar su potencial de novatos y mostrarlo al mundo. Quieren demostrar su capacidad de producir música de una manera madura, enseñar la capacidad del artista a través de programas y conciertos planificados, con calidad en los espectáculos, conciertos, tanto en corea del sur como en el extranjero. Hasta la fecha solo tiene 2 grupos B1A4 y OMG.

Jungle Entertainment (정글 엔터테인먼트)[14], comúnmente conocida como Jungle, es una compañía discográfica de Corea del Sur fundada en febrero del 2006 por la legenda coreana del hip hop Tiger JK. Produce principalmente música Hip Hop y

[12] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:DSP_Media_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://dspmedia.co.kr/dsp/

[13] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:WM_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://www.wment.co.kr/

[14] Información obtenida de http://es.drama.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:JUNGLE_Entertainment , para mayor información consultar la página de internet http://jungleent.com/?ckattempt=1

R&B. Entre la lista de la empresa están muchos raperos o grupos conocidos tales como Drunken Tiger, Yoon Mi Rae, LeeSsang, Bizzy, Loptimist y Teby. El actual directo ejecutivo (CEO) es Cho Sun Oh.

Los propietarios de estas agencias son de las familias con más recursos en corea, debido al enorme éxito que tiene el k-pop en Corea del Sur a nivel mundial con las bandas musicales que suelen debutar aproximadamente al año o el éxito de sus artistas que suelen ser reconocidos en las agencias, obtienen ganancias por las promociones y discos que salgan al mercado, las agencias musicales tienen como empleados a jóvenes coreanos e incluso de países extranjeros como China, Taiwán, Estados Unidos de América y Canadá, asisten a los castings con el sueño de convertirse idols, a pesar de todos los compromisos que tienen tanto con la empresa como lo tendrán más adelante con sus fans.

Este género musical presenta mayoritariamente canciones referidas a los temas de amor, tanto de hombres como mujeres que desean declararle su amor a la persona amada, de desamor que en general se debe a que no es posible su amor o simplemente relacionada con amigos y su día a día. En los videos suelen observarse jóvenes alegres que se entusiasman con el baile y mediante pasos coordinados y extravagantes es como van realizando la temática del video musical.

¿Cómo llego el k-pop a México?

Nuestro país siempre se ha caracterizado por contar con distintos ritmos musicales que desde la época prehispánica logramos conocer que desde los denominados ritos que se realizaban a los dioses, se contaba con una serie de instrumentos para venerarlos. Los distintos estados de nuestra República cuentan con distintos gustos musicales que van desde la banda regional mexicana en el norte, los sones en el sur y la música extranjera o electrónica en el centro del país

especialmente en las sociedades urbanas, por tener mayor cercanía con las empresas extranjeras.

> "La sociedad urbana, gracias a sus ventajas de concentración de capital, crecimiento de la población, alta productividad, difusión de la educación y peso político, sobrepasa rápidamente a la sociedad rural convirtiéndose en el principal determinante de cambio económico y social"... (Shanin 1983, 285) [1]

Aproximadamente es en los años de 1980 con la nueva apertura tecnológica que comienza a desatarse una nueva serie de gustos musicales ya que se podía conocer más allá de lo que uno tenía como territorio conocido en su país de origen, esta ventaja sin duda fue aprovechada por los distintos países como Corea del Sur que desarrollando una de las artes más versátil y universal como es la música fue abriéndose paso al extranjero.

La música ha ido más allá de las fronteras en especial en nuestro país puede ser que la modernidad haya terminado con la tradición debido a que vamos dejando de lado nuestras tradiciones, algunos van pasando de la música de banda a otros géneros musicales extranjeros como lo es el k-pop, la globalización ha favorecido que la música extranjeros se vayan apropiando de nuestro país.

El k-pop que surgió en el año 1990 se ha convertido en uno de los favoritos de nuestro país comenzando con la cantante Boa que fue la primera en salir de Corea del Sur y promocionar en el extranjero, pasando por otros grupos como

Girls Generation, Super Junior, Big Bang, 2NE1, los denominados pioneros de la música coreana que son en la actualidad son una legenda musical en el país surcoreano, incluso son reconocidos por su gran trayectoria ya que comenzaron desde una edad temprana su entrenamiento y actualmente siguen vigentes realizando conciertos y lanzando nuevos discos.

En nuestro país aproximadamente el k-pop comenzó a tomar auge en el año 2012 después de que el primer artista Junsu del grupo JYJ ofreció el primer concierto de k-pop en México que tuvo cede en el auditorio Blackberry y este comenzó a llamar la atención de los idols de Sur Corea debido a que comenzaron a presentarse en nuestro país. La mayoría de las fanáticas se entera de estos grupos por medio del internet. Una vez más la globalización ayudó a que dos países muy distintos se comenzaran a conocer uno al otro.

Las primeras fans del k-pop en nuestro país comenzaron a seguirlos en ese año y fue como descubrieron que este género musical es muy distinto a los de su lugar de origen. Si comparamos el auge que tenía este género en el año 2012 en comparación con el año 2016, existirían grandes diferencias pues conforme ha pasado el tiempo, el k-pop se ha encargado de que México sea uno de los países de Latinoamérica que más se apasiona por este género.

Planteamiento del problema

El k-pop ha revolucionado al mundo y como muestra de esto es México ya que cada vez más jóvenes se unen al pop coreano, este género después de hacerse del agrado de los jóvenes mexicanos se vuelve parte de su vida cotidiana incluso gran parte de su día le es dedicado mediante la consulta de sus páginas de internet, escuchando su música o comprando artículos coreanos que además generan fuentes de empleo para los mexicanos, al hacerse proveedores de productos coreanos o al reunirse con coreanos, pueden comenzar a vender productos como discos y comida, de origen coreana.

Este país en la actualidad es reconocido también por uno de sus géneros musicales denominado k-pop, mismo que es una fuente generadora de ingresos y le ha abierto las puertas a todo el mundo. En nuestro país los fanáticos de este género suelen ser en su mayoría mujeres, que al seguir la música coreana suelen cambiar sus objetivos de vida a largo y mediano plazo, por ello fue importante investigar:

1. ¿Qué beneficios obtienen las jóvenes mexicanas al convertirse en fans de la cultura coreana?
2. ¿Por qué el pop coreano se está popularizando en México?

La diversidad de actitudes y aspiraciones que tienen los jóvenes con este género musical sin duda son positivas, pero la gran cuestión es saber cómo lo hacen, Corea del Sur tiene como antecedentes ser un país con una mínima producción de recursos naturales y después de ser azotado por varias guerras, ha creado un capital tecnológico y humano económicamente asombroso, mismo que le ha ayudado a volverse uno de los países con mayor índice per cápita, este fenómeno no se ha estudiado aún con el auge que debería es por ello que se realizó este estudio para aportar antecedentes a este fenómeno.

Hipótesis

Debido a que Corea del Sur y México han comenzado a unirse a través de lazos tanto económicos como políticos, ambos países han intercambiado distintos gustos como el musical, ya que Corea del Sur es conocido a nivel mundial por la música k-pop que ha llegado a la vida de miles de jóvenes, ayudándoles a cambiar en forma positiva su vida, por ello es importante conocer la influencia que ha tenido el k-pop en la jóvenes mexicanas que inician como fans del pop coreano, mismas que suelen agruparse en grupos de amigas y jóvenes conocidas en la Ciudad de México debido a que comparten el mismo gusto musical.

1. Las jóvenes mexicanas al ser fans del país surcoreano, desarrollan mayores aspiraciones intelectuales, laborales y sociales.
2. El k-pop es popular en México, por ser de fácil acceso mediante el uso de internet y por los atributos tanto físicos como intelectuales de los idols.

La gran influencia que tiene actualmente en nuestro país, aumentando cada día más, incluso es visible notar como está revolucionando a nuestra juventud el país asiático. Como ejemplo reciente de esto notamos que conforme pasa el tiempo

las relaciones entre México y Corea del Sur han incrementado de manera importante en la economía, turismo y especialmente gracias al k-pop.

Objetivo de estudio

Corea del Sur es de uno de los países mas populares por sus tradiciones, comida, pero sobre todo por el k-pop ya que es uno de los factores que ha unido a México con la cultura coreana, mediante el uso del internet principalmente, es como millones de mexicanas han podido conocer a profundidad la vida de los artistas, los programas y costumbres del país asiático. Uno de los principales propósitos de realizar esta investigación fue para conocer cómo Corea del Sur ayuda a la sociedad juvenil mexicana a desarrollar aspiraciones tanto estudiantiles, personales, profesionales y tecnológicas, después de convertirse en fanáticas de aquél país.

El segundo propósito de esta investigación fue percatarse del poder que ha conseguido Corea del Sur y su pop para influir en la vida de la juventud femenina de la Cuidad de México, mediante el pop coreano. Se delimito a esta población debido a que con respecto al género de los fans del k-pop, es en mayor número el de las mujeres con respecto al de los hombres. Es importante señalar también que en todos los estados de la República mexicana se escucha este género musical. Sin embargo debido a que es el área más popular y a que yo resido ahí, únicamente se analizó la sociedad juvenil femenina de la Cuidad de México.

Justificación

Es asombrosa la influencia que tiene Corea del Sur en México, ya que es posible notar como revoluciona a la juventud mexicana. Como ejemplo reciente de esto noté que conforme transcurrió el tiempo, las relaciones entre ambos países se incrementaron de manera significativa mediante factores de suma importancia como la economía, la gastronomía, el turismo y especialmente el k-pop.

La unión de estos países construyó un importante vínculo cultural que se encuentra expansión. Aunque sean países distintos, con grandes barreras como la distancia e idioma, a través del uso de tecnologías como el internet y sus redes sociales para conocer las tradiciones, cultura y en especial el k-pop.

Este género musical que la mayoría de las jóvenes mexicanas conocimos por medio del internet o por alguna plática que tuvimos entre amigas, nos ha hecho ver más allá de nuestro horizonte musical. No solo envuelve musicalmente, sino también intelectualmente, pues de acuerdo al estudio realizado se demostró que nuestra sociedad juvenil desarrollé deseos de ir a estudiar al extranjero o simplemente aprender coreano incrementando el acervo cultural en la Cuidad de México. Lo que se comenzó como un hobby[15], a lo largo del tiempo genera curiosidad por ver qué hay del otro lado del mundo.

Población de estudio

Lugar: Zona de Insurgentes, Roma Norte y San Ángel debido a que es en donde más se concentran las fans del k-pop
Universo: Jóvenes Mexicanas que residen en la Cuidad de México
Clase social: Media
Sexo: Femenino
Escolaridad: Básica, Superior, Medio Superior, Profesionistas, Población económicamente activa
Edad: 14-26

Metodología a emplear

Se realizó una investigación cualitativa, mediante entrevistas cerradas al azar a jóvenes mexicanas fans del k-pop, para conocer qué características similares

[15] Para conocer el significado, consultar el glosario en la pagina número 219

presentan entre ellas y poder concluir sobre cuáles factores del k-pop son los que influyen en la sociedad mexicana para convertirse en fans del género musical surcoreano. Por ello se tomaron como referencia este sector de la población debido a que es mediante ellos que el k-pop influye en su vida diaria y forma de pensar.

Diario de campo:

Finalmente se realizó un diario de campo para narrar las experiencias adquiridas en la investigación y así tomarlo como referencia o complementarlo con las entrevistas que se realizaron a jóvenes mexicanas que residen en la Cuidad de México.

Capitulo 1 "México y su cercanía con Corea del Sur"

1.1 Estrategias de la cultura extranjera para influir sobre la sociedad mexicana.

No es un fenómeno desconocido a nivel mundial el hecho de que un país influya sobre otro, ya sea por la conquista de territorios o simplemente por las nuevas formas de comunicación que existen hoy en día. Al respecto de este tema no hay muchas investigaciones centradas en la Ciudad de México en especial ya que suele hablarse de la globalización pero no de forma importante sobre el predominio de países extranjeros a través de incluso impulsar la preferencia por otras culturas, menospreciando la propia. Dos de los autores más reconocidos en tratar el tema de la cultura y la influencia de los países extranjeros es Pierre Bourdieu y Néstor Canclini, por ello a través de citas intentare explicar algunas de las estrategias que utilizan las culturas extranjeras para influir en la sociedad mexicana.

Por ello, es importante preguntarnos:

1. Si la cultura de un país extranjero puede influir en el comportamiento de otra nación:

México se caracteriza por ser un país que acoge a los extranjeros, siempre se nos ha comentado que es una de nuestras mayores características, tal vez por dedicarnos al turismo y por inculcarnos la hospitalidad con todas las personas, en especial con los extranjeros. Al mexicanos nos suele sorprender lo extranjero por lo novedoso y distinto que puede hacernos creer que es en comparación con nosotros, esa es una de las estrategias que nos hacen creen los extranjeros y al paso del tiempo nos lo estamos creyendo cada día más. Los jóvenes mexicanos normalmente están bien informados de las nuevas tendencias que existen de moda, juegos y música en el extranjero. Son los principales en adquirir los

productos en "tendencia" ya que desde la cuna son bombardeados con publicidad nacional pero en su mayoría del extranjero. Algunos jóvenes trabajan o ahorran el dinero que les dan sus padres u otros familiares para poder adquirir los nuevos productos que anuncian sus artistas favoritos, suelen ser presa fácil de la mercadotecnia que les inculca el hecho de que si están a la moda podrán encajar de mejor forma en la sociedad.

> "Como le he mostrado respecto de la moda o la producción artística y literaria, cada campo tiene sus leyes específicas de envejecimiento: para saber cómo se definen las generaciones hay que conocer las leyes especificas de funcionamiento del campo, las apuestas de la lucha y cuáles son las divisiones que crea esta lucha (la "nueva ola", la "nueva novela", los "nuevos filósofos", los "nuevos magistrados"...). Todo esto es de lo más trivial, pero muestra que la edad es un dato biológico socialmente manipulado y manipulable; muestra que el hecho de hablar de los jóvenes como de una unidad social, de un grupo constituido, que posee intereses comunes, y de referir estos intereses a una edad definida biológicamente, constituye en sí una manipulación evidente". (Bourdieu 2010, 120) [1]

En nuestro país es común que nuestra sociedad prefiera adquirir productos extranjeros en vez de los extranjeros ya es lo que cuenta con mayor utilización en los medios de comunicación o porque lo utilizó una celebridad de talla mundial. En el país tiene mayor reconocimiento el portar las marcas extranjeras en lugar de las nacionales, las culturas extranjeras han conseguido que nos olvidemos de nuestras tradiciones debido a que nuestro país no se considera de primer mundo, muchas personas prefieren observar a las culturas extranjeras en lugar de portar orgullosamente la propia.

A través de la denominada "moda", son en especial los jóvenes los normalmente se preocupan por ella, para poder tener mayor prestigio y aceptación. Lo "original" o de "marca", es decir los artículos provenientes de tiendas costosas es lo que desea la juventud. Esta acción es aprovechada por los millones de marcas que existen tanto de ropa, comida, perfumes, zapatos, música, etc.

En nuestros días es frecuente que los jóvenes mexicanos en vez de cantar canciones tradicionales de los pueblos indígenas en sus distintos dialectos, prefieran cantar en otros idiomas ya que tiene mayor prestigio el hablar idiomas extranjeros en lugar de lenguas indígenas. México que paso de ser una raza original, tras la conquista de los españoles se volvió mestiza, esa pequeña acción que podría creerse extinta, en la actualidad prevalece. Aunque es principalmente por Estados Unidos de América por el cual llegan las nuevas tendencias a la juventud mexicana, ahora son los países asiáticos los que no se quieren quedar atrás para influir a todos los seres humanos del mundo tal y como suele hacerlo EEUU.

La influencia asiática sobre nuestra juventud no ha llegado a superar a la norteamericana aún, pero va a pasos agigantados para hacerlo. Principalmente por electrodomésticos, video juegos y ahora incluso musicalmente. Los estudios sobre la forma en que la globalización llega a todos los rincones del planeta es asombrosa ya que ahora son los asiáticos que a pesar de no encontrarse a poca distancia de nuestro país, con tan solo una computadora o cualquier otro dispositivo conectado a internet puede darse a conocer de forma mundial.

2. Aunque existan miles de kilómetros de por medio entre algunas naciones, a través de la globalización se puede generar un vínculo poderoso:

> "Pero exhibir la cultura musical no es una exhibición intelectual como cualquier otra. La música es, por decirlo, el arte más espiritualista y el amor por ella es garantía de "espiritualidad"....Bourdieu menciona "Baste pensar en el valor extraordinario que confieren hoy en día al léxico del "escuchar" las versiones secularizadas (como, por ejemplo, las psicoanalíticas) del lenguaje religioso; también bastaría con evocar las poses y posturas concentradas y recogidas que la gente se siente obligada a adoptar durante las audiciones públicas de música". (Bourdieu 2010, 128) [2]

En nuestros días es frecuente que los jóvenes mexicanos en vez de cantar canciones tradicionales de los pueblos indígenas en sus distintos dialectos, prefieran cantar en otros idiomas ya que tiene mayor prestigio el hablar idiomas extranjeros en lugar de lenguas indígenas. México que paso de ser una raza original, tras la conquista de los españoles se volvió mestiza, esa pequeña acción que podría creerse extinta, en la actualidad prevalece. Aunque es principalmente por Estados Unidos de América por el cual llegan las nuevas tendencias a la juventud mexicana, ahora son los países asiáticos los que no se quieren quedar atrás para influir a todos los seres humanos del mundo tal y como suele hacerlo EEUU.

La influencia asiática sobre nuestra juventud no ha llegado a superar a la norteamericana aún, pero va a pasos agigantados para hacerlo. En nuestro país no suele ser estudiado en gran volumen la influencia que está ejerciendo Asia sobre nuestro país principalmente porque son aún la sombra de EEUU, pero este país que comenzó a adquirir reconocimiento por nuestro país en la electrodomésticos, video juegos y ahora lo hacen incluso musicalmente.

> "En otras palabras, ¿la evolución de la producción musical es una de las causas indirectas del cambio en los gustos?
> Sin lugar a dudas. También en este caso la producción contribuye a producir el consumo".
> "La dificultad de la empresa radica en el hecho de que, en lo que se refiere a los bienes culturales, la producción implica una producción de consumidores, es decir, para ser más precisos, una producción del gusto por la música, de la creencia en la música" ...(Bourdieu 2010, 132) [3]

De igual forma las investigaciones sobre la forma en que la globalización llega a todos los rincones del planeta es asombrosa ya que ahora son los asiáticos que a pesar de no encontrarse a poca distancia de nuestro país, con tan solo una computadora o cualquier otro dispositivo conectado a internet puede darse a conocer de forma mundial por medio de la ciencia, tecnología y del medio artístico.

Buscando siempre estar en vanguardia y caracterizarse por la originalidad los países asiáticos como Corea del Sur se caracterizan por las excelentes producciones musicales que desarrollan para que sea del agrado de todas las naciones, invierten fuertes cantidades en los mejores coreógrafos y artistas para que se conviertan en una tendencia a nivel mundial. En México es la música surcoreana que comienza a ser conocida poco a poco en nuestro país.

> "El sistema de la "Gran producción" se diferencia del campo artístico de élite por su falta de autonomía, por someterse siempre a demandas externas, principalmente a la competencia por la conquista del mercado. Producto de la búsqueda de la mayor rentabilidad y la máxima amplitud del público, de transacciones y compromisos entre los dueños de las empresas y los creadores culturales, las obras de arte medio se distinguen por usar procedimientos técnicos y efectos estéticos inmediatamente accesibles, por excluir los temas controvertidos a favor de personajes y símbolos estereotipados que facilitan al público masivo su proyección e identificación"...(Bourdieu retomado por Canclini 1990, 18). [4]

Por medio de la globalización Corea del Sur es uno de los países que busca darse a conocer en todos los aspectos, sin embargo es en el musical en el que sobresale mundialmente. En la cultura coreana es muy reconocida la música pop, muchas de las jóvenes surcoreanas son seguidoras de los idols, a pesar de sus actividades se toman un tiempo para escuchar las nuevas canciones o comprar los nuevos productos que anuncian. Ahora esas actividades no solo son ejercidas por las coreanas, en la actualidad miles de jóvenes internacionales dedican parte de su día a día a la música coreana, se vuelve un elemento indispensable en su vida cotidiana.

> "Coincidimos con Bourdieu en que el desarrollo capitalista hizo posible una fuerte autonomización del campo artístico y de los signos estéticos en la vida cotidiana, y que la burguesía halla en la apropiación privilegiada de estos signos, aislados de su base económica, un modo de eufemizar y legitimar su dominación"... (Canclini 1990, 27) [5]

1.2 Lejanos pero similares

México y Corea del Sur son países con muchas cosas distintas lenguaje, idioma, educación, tradiciones, etc. México siempre se ha caracterizado por tener una gastronomía muy variada y debido a que el territorio cuenta con muchos recursos naturales para obtener alimentos, los ingredientes que componen a la comida mexicana son de gran diversidad. Corea del Sur suele basar su alimentación en cosas lo más naturales posibles, no cuenta con harinas y su gastronomía no ocupa demasiada sal como en el caso de la mexicana, pero la mayoría de sus productos suelen ser artificiales.

En su mayoría los países han tenido que dejar a tras a la práctica del campesinado y se han comenzado capacitar para la creación y manejo de nuevas tecnologías. En nuestros días esto es fundamental para poder manejar nuevos instrumentos en nuestra vida cotidiana.

> "Una de las diferencias más grandes entre los países industrializados y los países subdesarrollados puede ser observada al estudiar la utilización de los medios mecánicos en el ámbito rural. En las sociedades industrializadas hay una constante aproximación del hombre rural al hombre urbano, a lo cual se le conoce como "urbanización de la sociedad rural". Lo anterior podría llevar a pensar que esto significa la total desaparición del campesinado y la consecuente urbanización total de la sociedad"...
> (Páramo, 9). [2]

El hombre ha comenzado a preocuparse por su comodidad y estabilidad, busca realizar tareas tecnológicas e industrializadas para no quedarse atrás en el mercado laboral. Tal como es el caso de ambos países, han incorporado la industria en lugar de la agricultura.

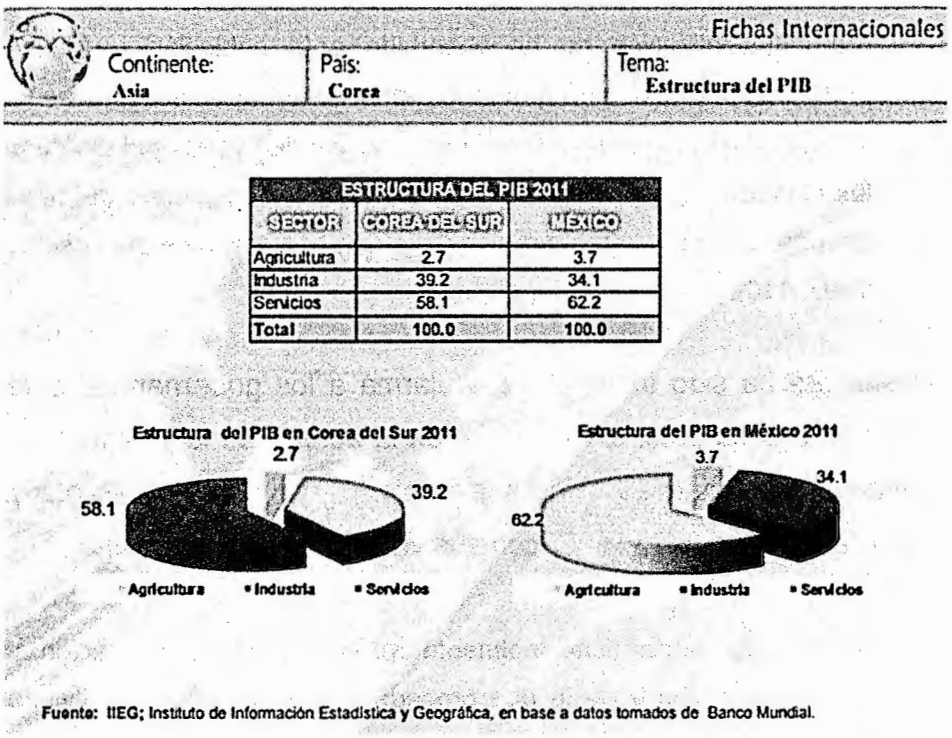


Figura 1: IIEG. Estructura del PIB (2011) entre México y Corea del Sur. *En Corea del sur ficha internacional.* Imagen para hacer referencia a la industria y su agricultura. Recuperado de http://iieg.gob.mx/coreadelsur.pdf

Este es uno de los ejemplos más notables que podemos distinguir de estos países sin embargo a pesar de que Corea del Sur ha sabido reponerse de todas las guerras por las que ha sido azotado, México presenta altos índices de desempleo y no ha sabido sobresalir económicamente, a pesar de poseer recursos naturales impresionantes, no ha podido explotarlos de manera eficiente, sin que la intervención extranjera este de por medio en Corea del Sur con un 2.7% respecto a México con un 3.7%, mientras que Corea del Sur sobresale con su industria en un 5.2% superior en comparación con México.

Por otro lado ha creado grandes desigualdades económicas a los diversos sectores de su población, como en el caso de la población rural ha tenido que abandonar su lugar de origen para poder tener un empleo con mejor salario del que obtendrían en el campo, aunque esto les lleve al subcontrato y empleo temporal.

> "La industrialización no ha absorbido a la población rural dentro del proletariado formal, sino que la ha canalizado hacia múltiples acuerdos de subcontrato informal y oportunidades de empleo ocasional proliferantes en las ciudades. El regular crecimiento del segmento urbano del proletariado informal puede ser rastreado directamente hasta este proceso"...(Portes 1995, 110). [3]

El suicidio siempre ha sido un factor que alarma a los gobernantes, este factor varía de acuerdo a cada país, sin embargo en la actualidad la juventud es la que suele presentar estos factores, debido a la presión social o incluso escolar pueden llegar a tomar la decisión de terminar con sus vidas de forma voluntaria.

> "Cada grupo social tiene realmente por este acto una inclinación colectiva que le es propia y de la que proceden las inclinaciones individuales; de ningún modo nace de éstas. Lo que la constituye son esas corrientes de egoísmo, de altruismo y de anomia que influyen en la sociedad.. Son estas tendencias de la sociedad las que, penetrando en los individuos, los impulsan a matarse". (Durkheim, 1897/1951, citado por Ritzer 2011). [4]

Uno de los factores que están relacionados con el suicidio es la educación, en especial al hacer una comparación entre ambos países, este es un factor que de igual forma es distinto de un país en comparación con el otro, ya que a los jóvenes coreanos se les enseña siempre a ser los mejores, cuentan con ofertas educativas variadas, los padres suelen ahorrar a lo largo de su vida para que sus hijos puedan acudir a las mejores universidades e incorporarse a distintas actividades tanto deportivas como culturales, por lo que deben de sobresalir, a tal extremo que es de los países con mayor índices de suicidio.

Mientras que los jóvenes mexicanos cuentan con menos oportunidades educativas y laborales para los jóvenes, la mayoría de ellos debe acudir a la escuela hasta que a sus padres les sea posible llevarlos o en bastantes ocasiones deben abandonarla para contribuir con los gastos del hogar.

Los mexicanos suelen ser educados con situaciones en donde les explican que es de humanos equivocarse, que no todos somos perfectos, que debemos ser valientes para aprender de nuestros errores, por el contrario a Corea del Sur, México presenta bajos índices de suicidio.

Cuadro 1

Country	Suicide rates per 100,000 people
South Korea	24.7
Hungary	21.0
Japan	19.4
Belgium	18.4
Finland	16.5
France	14.6
Austria	13.8
Poland	13.8
Czech Republic	12.7
New Zealand	11.9
Denmark	11.3
Sweden	11.1
Norway	10.9
Slovak Republic	10.9
Iceland	10.4
Germany	10.3
Canada	10.2
United States	10.1
Luxembourg	9.5
Portugal	8.7
Netherlands	7.9
Spain	6.3
Britain	6
Italy	5.5
Mexico	4.4
Greece	2.9

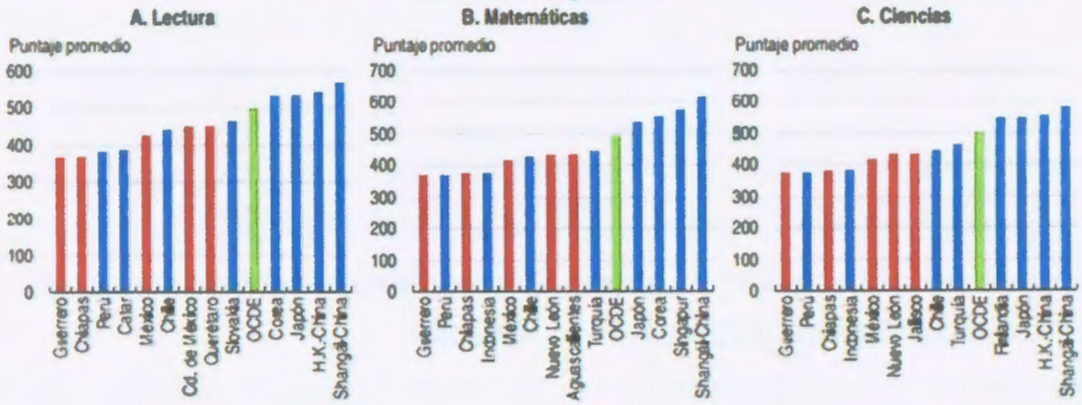
Fuente: Dwan June (2005). Grapic. Word suicite rates by country. The Washington Post. Recuperado de http://www.washingtonpost.com/wp-srv/world/suiciderate.html

Aunque esto podría ser considerado como una contrariedad este es uno de los factores por los cuales estos dos países podrían complementarse, ya que regularmente a los mexicanos les falta disciplina en la educación, generalmente noponen cierto interés en la educación y esto se debe a la motivación y libertad

que algunos padres les brindan a sus hijos, la mayoría de los jóvenes no cuenta con una disciplina escolar y nuestra sociedad juvenil en su mayoría es caracterizada por asistir a la escuela solamente por el interés de convivir con sus compañeros, simplemente por no entrar a clases, por no preocuparse en reprobar ya que no tienen presión alguna por las calificaciones esto se demuestra con un 24.7% de Corea del Sur frente a un 4.4% de suicidios en México.

Mientras que los jóvenes coreanos principalmente entre los 15-24 años de edad suele tener como prioridad su educación, todos los días de la semana asisten a la escuela o a cursos extracurriculares de idiomas, matemáticas, entre otros. Generalmente estos cursos son financiados por los padres debido a que conocen la gran competencia que existe entre la población coreana por querer ser los número uno, los coreanos después de regresar de la escuela, asisten a cursos y al regresar a casa deben de realizar las tareas que reciben en ambas instituciones, por lo que suelen dormir poco y están constantemente preocupados por las calificaciones que podrían obtener, en su mayoría el reprobar significa algo imperdonable para ellos, por lo que dedican una gran cantidad de horas para adquirir y reparar los conocimientos que adquieren.

Gráfica 13. **La calidad de la educación sigue faltando en México y persisten las diferencias regionales**



Nota: Las gráficas muestran los dos países de todos los países y los países de la OCDE con las puntuaciones más altas y más bajas, así como los dos estados mexicanos con las puntuaciones más altas y más bajas. Se muestran las puntuaciones de PISA 2012 ya que en dicha ronda se incluyen las regiones en la muestra. El promedio de PISA 2015 es un punto más bajo que en 2012 en las tres categorías.

Fuente. (OECD, 2014b), PISA 2012 Results: What Students Know and Can Do (Vol. 1, edición revisada, febrero de 2014): Student Performance in Mathematics, Reading and Science.

Figura 2: Visión General. *Estudios Económicos de la OCDE.* Enero 2017. Recuperado de https://www.oecd.org/eco/surveys/mexico-2017-OECD-Estudios-economicos-de-la-ocde-vision-general.pdf pág. 30

En la figura 2 podemos apreciar de acuerdo a datos de la OCDE en el informe de enero 2017 que en los aspectos de lectura con aproximadamente 110 puntos y en matemáticas con 100 puntos, México se encuentra por debajo de Corea del Sur, en ciencias no se encuentra el dato aunque se señala que de igual forma México no se encuentra en el ranking de los mejores.

Corea del Sur posee la destreza y disciplina para contar con una de las mejores educaciones en comparación con México que regularmente siempre se encuentra debajo de los demás países. Normalmente los países asiáticos son destacados a nivel mundial por la disciplina tanto económico, social y educativo, son conocidos por tener un comportamiento rígido y poco cariñoso en comparación con los latinos.

En cambio México se caracteriza por ser hospitalario y por tomar las cosas con calma, siempre deben estar los sentimientos primero en lugar de los otros factores como el trabajo, los jóvenes mexicanos suelen ser educados con cariño y valentía, la educación suele ser menos disciplinada en comparación con la coreana, pero los jóvenes suelen incluso asistir a la escuela sin presión, por el contrario asisten normalmente sin ningún temor a la misma, su vida suele tener periodos de diversión, sus padres suelen demostrar muestras de cariño de forma regular y se esfuerzan al máximo por que sus hijos sean felices en todos los aspectos.

Con estos ejemplo queda demostrado que la disciplina es buena, pero tampoco es conveniente llevarla al extremo como en el caso de Corea del Sur, pero también es necesaria para poder crecer en el aspecto económico, pues es lo más necesario en México.

La complementación de ambos países podría generar enormes beneficios para la población principalmente ya que la sociedad coreana se caracteriza por contar con un buen nivel económico pero es de las menos felices en el mundo debido a la presión constante.

Por el contrario, México es de las poblaciones más felices pero en su mayoría su economía suele ser de clase media o menor, de igual forma los padres de los coreanos suelen demostrar su afecto pagándoles cursos educativos o brindándoles lo necesario para que salgan adelante, mientras que los mexicanos son educados con muestras de cariño y afecto es decir abrazándoles, diciéndoles constantemente que los quieren, etc.

Ambos países incluso en la parte afectiva suelen tener diferencias pero está presente la inculcación de la importancia de las familias y los padres, ambos países cuentan con el vínculo familiar muy fuerte y que debe de permanecer hasta el final de nuestros días.

La complementación de estos países ha comenzado a llevarse a acabo por medio de algunos acuerdos que se han desarrollado, por ejemplo debido a que ambos países siempre han estado preocupados por la pobreza y han comenzado a capacitar a la población en aspectos tanto educativos, sociales y económicos.

Sin embargo en el caso de México no ha dado los resultados esperados en comparación con Corea del Sur, uno de los factores es la falta de claridad en las cuentas que realizan los políticos al pueblo. Ambos países buscan beneficiarse unos a otros para combatir estos aspectos y de acuerdo a algunos periodistas y expertos esto puede ser posible, por medio de nuevas oportunidades de desarrollo tecnológico y capacitación, estas naciones podrían complementarse para mejorar la calidad de vida de su población.

"Se espera que esta asociación siga creciendo con las recientes reformas estructurales aprobadas en México, que abrirán nuevas oportunidades de coinversión, desarrollo tecnológico y capacitación de personal en sectores prioritarios para el desarrollo nacional. La creciente importancia e intensidad de nuestra relación bilateral nos ha llevado a revitalizar los esfuerzos para impulsar la asociación estratégica a niveles superiores, con un enfoque creativo, y nos obliga a llevar a cabo una promoción integral de nuestro país, con una estrategia diplomática eficaz, de cooperación integral, diplomacia pública y parlamentaria, y a incrementar los vínculos con actores fundamentales para la relación, como son los empresarios, universidades, centros de investigación y gobiernos locales. Ante esto, se busca aprovechar las numerosas coincidencias y el renovado impulso de nuestras relaciones bilaterales para crear nuevas sinergias a través de los intercambios de experiencias exitosas en materia de desarrollo económico y social, que generen el pleno bienestar para nuestros pueblos" (Bernal Luis José 2014). [5]

Las diferencias económicas y educativas son muy claras en estos países que se pueden complementar en estos aspectos a través de acuerdo, pero de igual forma lo pueden llevar a cabo de forma artística como es el caso de la música. El gusto hacia Corea del Sur por parte de las mexicanas en su mayoría comenzó por el k-pop o por los doramas, fue a través de ellos que comenzó la curiosidad de las mexicanas hacia este país.

Aunque estos países presenten algunas diferencias, también comparten en especial sus jóvenes el gusto por la música, ya sean coreanos o mexicanos, siempre escuchan música al realizar actividades, diversión o con sus amigos. De igual forma los coreanos de forma regular incorporan el gusto por la música y en su vida cotidiana suelen escuchar música en sus aparatos electrónicos principalmente.

La población juvenil de ambos países tienen un alto conocimiento sobre el funcionamiento de las redes sociales y suelen pasar la mayoría de su tiempo en ellas, pero debido a que los jóvenes coreanos se encuentran en constante presión, su vida es muy difícil y este país es de los más altos en el índice de suicidios, mientras que los mexicanos se caracterizan por ser más felices y no sentirse tan presionados por cometer errores, al contrario son educados para salir adelante a pesar de todas las adversidades.

Es interesante notar que estos dos países podrían complementarse bien unos a otros, tal vez enseñando los coreanos a los mexicanos como deben esforzarse para tener una mejor calidad de vida, estar en constante aprendizaje de idiomas y tecnología, mientras que los mexicanos podrían enseñarles a los coreanos a ver más allá de la apariencia, a mostrarles que la vida no acaba por los errores que cometas a lo largo de ella, sino que al contrario uno debe de aprender de ellos para no repetirlos.

Estos dos países a través de la música es como son conocidos mayoritariamente sus uniones juveniles, el k-pop ha llegado a ser escuchado constantemente en el país, sobre todo en la vida de las jóvenes mexicanas que han adquirido un sentimiento de aprecio hacia este género musical, el auge que ha tenido el español en Corea del Sur también es impresionante cada vez más jóvenes se deciden a venir a nuestro país para perfeccionar o aprender su español, ya que ellos aseguran es otro de los idiomas que más se hablan en el mundo y es algo bueno tanto por curiosidad como por la información que han adquirido del k-pop, pues ellos manifiestan que los latinos demuestran un amor sin igual hacia este género.

En la actualidad esta multiculturalidad que ha existido en nuestro país en los jóvenes, cada vez está creciendo más incluso instituciones reconocidas en nuestro país como UNAM,POLITECNICO y. UAM, en estas instituciones es posible encontrar curso de chino principalmente, pero debido al auge asiático y por la

mayor relación que existe en nuestro país con ellos han comenzado a ofrecer el japonés, en la actualidad solamente la UNAM ofrece coreano en su centro de idiomas CELE, en esta institución de igual forma ha recibido a personas extranjeras para que vengan a estudiar el idioma español o perfeccionarlo. Es muy frecuente en la actualidad ver entre sus estudiantes a personas asiáticas que han viajado a nuestro país principalmente con la finalidad de aprender español, algunos de estos jóvenes incluso han comenzado a estudiar algunas de las licenciaturas que ofrece la UNAM en sus facultades.

Es importante mencionar que de igual forma se han creado oportunidades a los estudiantes asiáticos a que se enseñen en nuestro país su lenguaje nativo, mientras se encuentran aprendiendo español en México, en donde en la actualidad según las opiniones de algunos coreanos, es el mejor país para poder aprender español, debido al auge que tiene el k-pop muchos jóvenes desean aprender su idioma, permitiéndoles que vengan a estudiar español y al mismo tiempo poder trabajar como profesores de coreano tanto particulares como públicos, ha comenzado a existir un mayor intercambio de costumbres y de datos entre los jóvenes de ambos países.

Ambas partes han comenzado a ser beneficiados e incluso han comenzado a formar algunos vínculos de carácter amistoso al tener los mismos intereses por los idiomas, normalmente algo que parecía simplemente un pasatiempo como lo es el k-pop, este ha sido un vínculo en la unión de los jóvenes que ha desatado interés o por lo menos el conocer mutuamente su país, debido a que con anterioridad estos países no se encontraban presentes en la mente de los jóvenes, ahora día con día es constante que hablen de ellos.

Tanto de forma personal, o se encuentren en distinto país, el intercambio del habla entre los jóvenes puede llevarse a cabo de ambas formas, ya que aunque no se encuentren de forma personal por medio de algunas aplicaciones las jóvenes

mexicanas y coreanas han comenzado a tener comunicación con personas extranjeras en su mayoría de nacionalidad coreana, principalmente por el interés que comparten por el k-pop y de igual forma por el deseo académico de perfeccionar su estudio de idiomas extranjeros o simplemente por diversión e internet hacia cierto país.

A través de las aplicaciones de idiomas que se pueden encontrar en internet, un gran número de personas, en especial jóvenes pueden poner en práctica su conocimiento, hablando con personas que tengan interés en el idioma de su lengua natal, así ellos de forma recíproca perfeccionan o comienzan el estudio de algún idioma en el que estén interesados por aprender o perfeccionar.

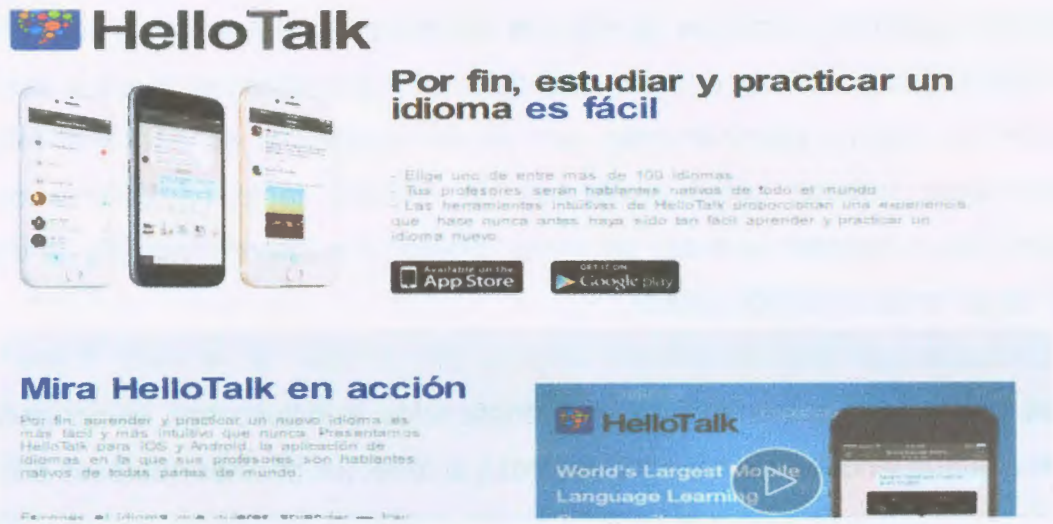


Figura 3: Imagen colocada como referencia a una de las mejores aplicaciones y mayormente utilizadas para intercambiar conversaciones y aprender nuevos idiomas o perfeccionar el habla.

Alguna de las aplicaciones más recomendadas para aprender coreano son Hello Talk[16], Aprende Coreano[17], Stick Korean: Aprende Coreano[18], Aprende Coreano[19], aunque existen un sinfín de ellas. En la actualidad es común que los jóvenes

[16] Para mayor información consultar la aplicación en Google Play en la pagina de internet https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hellotalk&hl=es
[17] Para mayor información consultar la aplicación en Google Play en la pagina de internet https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bravolang.korean&hl=es
[18] Para mayor información consultar la aplicación en Google Play en la pagina de internet https://play.google.com/store/apps/details?id=com.boreumdal.voca.kor.test.start&hl=es
[19] Para mayor información consultar la aplicación en Google Play en la pagina de internet https://play.google.com/store/apps/details?id=com.metalanguage.learnkoreanfree&hl=es

interactúen con personas extranjeras a través de aplicaciones o por medio de instituciones públicas y privadas que han permitido que vengan a estudiar a nuestro país.

Estas acciones son conocidas principalmente por jóvenes mexicanas que son fanáticas del k-pop, pues después de conocer este género, han comenzado a convertirse en investigadoras de igual forma por el país surcoreano. Los jóvenes han comenzado a ayudarse mutuamente en tareas intelectuales y culturales ya que en estas aplicaciones incluso pueden intercambiar datos de los países extranjeros como la comida, lugares famosos, tradiciones, costumbres, etc.

1.3 Acuerdos económicos y educativos

Las relaciones comerciales entre Corea del Sur y México han comenzado desde aproximadamente un siglo, las relaciones entre estos países comenzaron a fortalecerse a partir de la apertura económica que realizo nuestro país a mediados de los ochenta.

Cuadro 2

C U A D R O 1

ACUERDOS BILATERALES ENTRE MÉXICO Y COREA DEL SUR

		Firma	Entrada en vigor
1	Acuerdo de Cultura	29 de abril de 1966	17 de marzo de 1969
2	Acuerdo de Comercio	12 de diciembre de 1966	17 de marzo de 1969
3	Canje de Notas sobre la Supresión de Visa	5 de marzo de 1979	6 de abril de 1979
4	Acuerdo sobre el Servicio Aéreo entre sus Territorios Respectivos	21 de julio de 1988	9 de noviembre de 1989
5	Acuerdo sobre la Cooperación Económica, Científica y Técnica	9 de noviembre de 1989	21 de agosto de 1990
6	Arreglo sobre la Cooperación Científica	25 de septiembre de 1991	25 de septiembre de 1991
7	Protocolo de Cooperación sobre el Plan de Desarrollo Económico y Social	25 de septiembre de 1991	25 de septiembre de 1991
8	Acuerdo sobre la Evitación de Doble Tributación y de Fuga de Impuestos	6 de octubre de 1994	11 de febrero de 1995
9	Acta de Entendimiento sobre la Cooperación en el Ámbito de Telecomunicaciones	24 de febrero de 1995	24 de febrero de 1995
10	Protocolo sobre la Cooperación en Materia de Turismo	29 de noviembre de 1996	3 de junio de 1997
11	Canje de notas sobre la Supresión de Visa para los Pasaportes Diplomáticos y Oficiales	27 de junio de 1997	1 de agosto de 1997
12	Acuerdo sobre la Extradición de Delincuentes	29 de noviembre de 1996	27 de diciembre de 1997
13	Acuerdo sobre la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI)	14 de noviembre de 2000	9 de agosto de 2002

Fuente: Secretaría de Relaciones Exteriores y Comercio de Corea.

Fuente: Mun, N. K., & Quintana, L. (2003). El comercio de México con Corea del Sur en el marco del TLCAN. *Comercio Exterior, 53*(12). p.1149. Recuperado de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/60/9/Nam-Kwon_Quintana.pdf

México se ha convertido en los países en donde Corea del Sur a comenzado ha tener mayor influencia a nivel comercial y educativo ambas naciones han fortalecido sus lazos cada vez y ejemplo de ello es en los recuentes años desde el año 2012 hasta el actual, de igual forma cuentan con jornadas laborales extensas.

De acuerdo con el informe de la OCDE correspondiente al año 2015 sobre las horas de trabajo de todo el mundo, México es el país en donde sus habitantes laboran por más tiempo. En Corea del Sur tiene un promedio de 2113 horas y México 2246 horas.

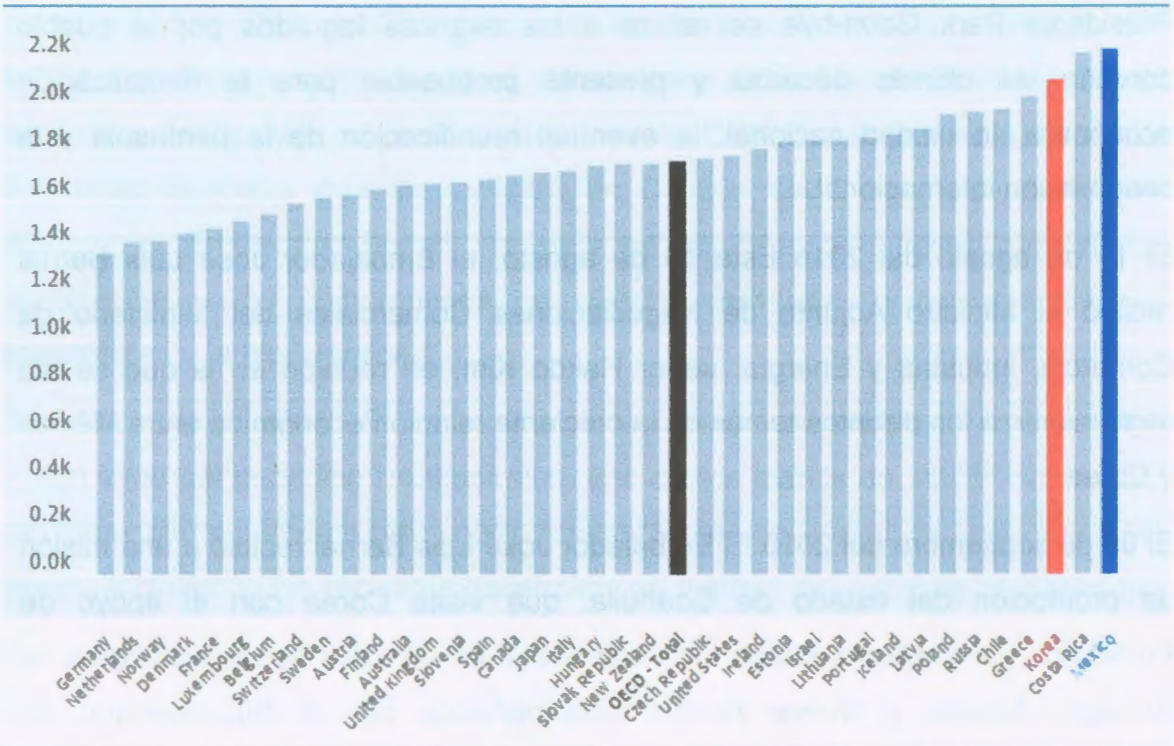


Figura 4: OCDE. *Total, Hours/worker, 2015Source: Hours Worked: Average annual hours actually worked.* Recuperado de https://data.oecd.org/emp/hours-worked.htm#indicator-chart

Estos países se han complementado conforme pasa el tiempo, pues se caracterizan por trabajar extensas horas, sino que además han comenzado a tener mayor presencia uno con el otro, pues nuestro país suele caracterizarse por llevar buenas relaciones a nivel mundial.

En los últimos años algunos, el número de intercambios comerciales, culturales y políticos han favorecido las relaciones de estas naciones por ello para hacer referencia a esto en el Cuadro 3 se presenta una recopilación de los acuerdos económicos recientes.

Cuadro 3

Reuniones realizadas para acuerdos económicos recientes de México con Corea del Sur.

El 14 de agosto del 2016 Embajador de México acompaña ceremonia de celebración del 71er aniversario de la Independencia de Corea, en la que

Presidenta Park Geun-hye se refiere a los avances logrados por el pueblo coreano las últimás décadas y presenta propuestas para la revitalización económica, la unidad nacional, la eventual reunificación de la península y la cooperación internacional.
El 16 de agosto del 2016 Este 16 de agosto, el Embajador José Luis Bernal recibió al Ministro Adjunto de Negociaciones Comerciales del Ministerio de Comercio, Industria y Energía, señor Hakdo Kim, en reunión en la que se dio seguimiento a los distintos temás de la creciente relación económica entre México y Corea.
El 05 de septiembre del 2016 El Embajador José Luis Bernal recibió a una misión de promoción del estado de Coahuila, que visita Corea con el apoyo de ProMéxico y el gobierno estatal. Con esta visita, los alcaldes de los municipios de Arteaga, Allende y Nueva Rosita, acompañados por el Subsecretario de Desarrollo Económico de Coahuila, buscan atraer nuevas inversiones coreanas en los sectores y regiones con mayor potencial de crecimiento en la entidad, en particular en las ramás automotriz y energética, en materia educativa y en el intercambio de experiencias sobre desarrollo regional y local.
El 08 de septiembre del 2016 El Embajador José Luis Bernal recibió al representante de la empresa mexicana Agrocrece, la cual, con el apoyo de la Agregaduría de ProMéxico en Seúl, inició en agosto sus exportaciones de Aceite de Aguacate a Corea. A través del comercializador local Boto Superfoods, se distribuye con gran éxito en el país este producto de alto valor nutricional y saludable.
El 26 de septiembre del 2016 En el mes de #MéxicoEnCorea continuamos con la difusión de los principales logros de la relación México-Corea y de las perspectivas de nuestra cooperación en múltiples áreas, con esta interesante entrevista que el embajador José Luis Bernal concedió al señor Lee Kyung-sik, presidente de The Korea Post, uno de los principales medios coreanos especializados en asuntos internacionales y de negocios.
El 26 de septiembre del 2016, el Embajador José Luis Bernal participó en la

inauguración, en Seúl, del Dialogo con los Mecanismos Regionales de Protección del Medio Marino de la Iniciativa Global para Océanos Sostenibles. Como representante de México, país anfitrión de la COP13 del Convenio sobre la Diversidad Biológica que se realizará en Cancún del 2 al 17 de diciembre próximo, el Embajador Bernal presentó los objetivos de México para dicha Conferencia y los compromisos de nuestro país con la preservación de ecosistemas y la biodiversidad.
06 de octubre del 2016 El Embajador José Luis Bernal recibió al reportero In, Hyeon Woo del periódico Hankook Ilbo, uno de los diarios de mayor circulación de Corea, con quien conversó sobre distintos temas de la relación entre nuestros países, incluyendo los recientes desarrollos en materia política y de cooperación, así como del crecimiento exponencial en las relaciones de comercio e inversión, el turismo y en los intercambios culturales-educativos.
El 7 de octubre del 2016, el Embajador José Luis Bernal acompañó al Secretario de Desarrollo Sustentable del estado de Querétaro, Marco Antonio del Prete, quien con el apoyo de la Agregaduría de ProMéxico, realiza en Seúl, una gira de promoción económica y atracción de inversiones a la entidad. Entre los encuentros de trabajo más relevantes, el Secretario del Prete se reunió con el Vicepresidente de la División de Electrodomésticos Digitales de Samsung Electronics, la principal empresa empleadora del estado, para avanzar la agenda de negocios mutua.
El 14 de octubre del 2016, el Embajador José Luis Bernal acompañó el XX Foro de Negocios Corea-América Latina, organizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Consejo Coreano para Latinoamérica y El Caribe (KCLAC), en el que diversos ponentes destacaron como ejemplo la expansión que han tenido las relaciones entre México y la República de Corea para derivar lecciones que pueden impulsar los intercambios económicos entre empresas coreanas y los demás países de la región.
El 18 de octubre del 2016, el Embajador José Luis Bernal, acompañado por el Consejero de ProMéxico en Seúl, Humberto Esqueda, recibió a ejecutivas de la

importadora Highland Foods y de la distribuidora Lotte Homeshopping, empresas líderes en el mercado local que han iniciado comercialización de productos agropecuarios de México en Corea. Entre ellos destacan carne de res, aceite de aguacate, miel de agave, café y plátano. Se espera que en el mediano plazo, con el apoyo de ProMéxico y SAGARPA, la asociación entre estas compañías y proveedores de nuestro país facilite el acceso a Corea de productos mexicanos altamente competitivos, como la mora azul, la uva de mesa y el vino mexicano.

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Agencia EFE http://www.efe.com/efe/america/mexico/mexico-y-corea-del-sur-programan-consultas-para-un-tratado-de-libre-comercio/50000545-2886660 y de la página de internet Embajada de México en Corea 멕시코대사관 https://www.facebook.com/EmbaMexCorea/?pnref=story

En una de las alianzas recientes entre México y Corea del Sur firmaron en el año 2016, 17 acuerdos de cooperación en el marco de la visita de la presidenta de Corea del Sur al país latinoamericano, y acordaron iniciar las consultas bilaterales para establecer un tratado de libre comercio[20].

En una conferencia efectuada en el Palacio Nacional, sede del Ejecutivo mexicano, el presidente Enrique Peña Nieto y su homóloga Park Geun-hye informaron que estos acuerdos tocan temas como la tecnología y la innovación, la supervisión financiera, la cooperación policial, el intercambio de conocimientos, la educación superior, el turismo y la salud. También se acordó gestionar políticas para apoyar el establecimiento de pequeñas y medianas empresas surcoreanas en México y viceversa, así como favorecer la distribución "online", mediante el comercio electrónico.

De igual forma otro de las aspectos en los que han comenzado una fuerte alianza es en la educación Corea del Sur siempre ha destacado por sobresalir en la

[20] Agencia EFE. *México y Corea del Sur programan consultas para un tratado de libre comercio.* Información recopilada de **http://www.efe.com/efe/america/mexico/mexico-y-corea-del-sur-programan-consultas-para-un-tratado-de-libre-comercio/50000545-2886660**

prueba Pisa mientras que México suele ocupar los últimos lugares, sin embargo ambos países han comenzado a aliarse para terminar con estos problemas, brindándoles apoyo en especial a los jóvenes para intercambios estudiantiles, becas, licenciatura o posgrados, etc. En nuestro país a comenzado a crecer el numero de jóvenes interesados por estos aspectos en los cuales se han incluido educativos por medio de eventos culturales y artísticos.

Cuadro 4

Acuerdos educativos recientes de México con Corea del Sur

Las relaciones culturales y educativas entre México y la República de Corea se basan en el Convenio Cultural firmado en 1966, y el Programa de Cooperación Educativa y Cultural 2012-2014, firmado el 19 de septiembre de 2012, en la ciudad de México, en el marco de la V Reunión de la Comisión Mixta.
Las actividades de promoción educativa y cultural desplegadas por la Embajada durante 2015 contribuyeron al objetivo de posicionar la imagen de México entre el público coreano e incrementar el conocimiento de diversas expresiones culturales mexicanas. Diversas acciones fueron instrumentadas en materia de educación, cultura, intercambio documental, arte, juventud y deporte al amparo del Programa de Cooperación Educativa y Cultural 2012-2014.
En 2015 se efectuaron 15 actividades en el Programa de Promoción Cultural, en las que se registró una audiencia de aproximadamente alrededor 56 mil personas. Además, se efectuaron alrededor de 56 actividades organizadas por la Embajada o en las que se prestó algún tipo de colaboración o seguimiento para su realización exitosa, lo que demuestra la vitalidad y el dinamismo de los intercambios culturales entre México y Corea.
Entre los eventos culturales coorganizados por la Representación, se destaca la exhibición "Diego Rivera: Orgullo de México", presentada en el Museo de Arte del Centro Sejong para las Artes Escénicas de Seúl, del 22 de mayo al 16 de agosto, compuesta por 34 obras plásticas del artista mexicano Diego Rivera, propiedad

del Instituto Veracruzano de la Cultura.

De igual relevancia, la Embajada otorgó sus auspicios a la presentación de una exhibición de la artista mexicana Frida Kahlo, llevada a cabo en el Museo Olímpico de Seúl (SOMA, por sus siglas en inglés), del 6 de junio al 4 de septiembre de 2015.

Durante el año concluido, la Embajada de México apoyó la presencia de creadores de nuestro país en los festivales culturales de mayor alcance y difusión en el país, tales como en los Festivales Internacionales de Cine Femenino, Jeonju y Busan, la Feria Internacional de Arte de Corea (KIAF), entre muchos otros. De igual manera, la Representación participó, en colaboración con la entusiasta comunidad mexicana, en el Festival Internacional de la Amistad de Seúl (Hi Seoul), así como en la instalación de una muestra folclórica y artística mexicana en el Jemulpo Club de la ciudad de Incheon, además de la instalación de cuatro ofrendas de Día de Muertos en universidades de Corea y en un restaurante de comida mexicana.

En el marco del Programa de Apoyo a la Traducción (PROTRAD) de CONACULTA, se tradujeron al idioma coreano los siguientes libros de autores Mexicanos: "La visión de los vencidos" de Miguel León Portilla, realizada por la Dra. María Ko de Carranza, Directora del Centro de Estudios de Asia y América de la Universidad de Dankook y "La Jaula de la Melancolía" de Roger Bartra, a cargo del Dr. Kim, Chang-Min de la Universidad Nacional de Seúl. Tales esfuerzos han permitido acercar a los lectores coreanos a la tradición literaria nacional, proveyéndoles de materiales que son referentes de la literatura mexicana.

Los intercambios en materia de cooperación educativa continuaron mostrando una tendencia a la alza: De acuerdo con la información en posesión de la Embajada, durante 2015, 247 coreanos viajaron a México para realizar estudios con duración superior a 6 meses, mientras que se registró el ingreso de 296 de

estudiantes mexicanos a Corea. El principal propósito del ingreso de estudiantes coreanos a México continúa siendo el aprendizaje del idioma español, mientras que la mayoría de estudiantes mexicanos visitan Corea en el marco de intercambios académicos o para cursar estudios de licenciatura o posgrado en universidades locales.
Asimismo, al cierre de 2015, se tiene registro de la existencia de 176 convenios vigentes de cooperación entre instituciones educativas de México y Corea, siendo los más recientes los suscritos entre la Universidad de Corea y la Universidad Panamericana (enero de 2015) y entre la Universidad Politécnica de Corea y el Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán (noviembre del 2015).
Como parte del Programa de Cooperación Educativa, anualmente el Gobierno de México ofrece cinco becas a estudiantes coreanos, para realizar estudios académicos (maestrías, especialidades y doctorados), además de un número no definido de becas en el marco de los programas especiales para expertos. En 2015, por intermedio de la Secretaría de Relaciones Exteriores, se otorgaron dos becas a estudiantes coreanos para cursar programas de movilidad a nivel licenciatura en el Tecnológico de Monterrey y en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), respectivamente, así como una beca para cursar la Maestría en Economía impartida por la UNAM.
En lo relativo a la promoción, difusión, enseñanza y certificación de la lengua española, de manera constante se realizan esfuerzos para incrementar la colaboración y los intercambios académicos y educativos con instituciones educativas de alto nivel de ambos países. Actualmente existen 14 universidades que tienen un instituto de estudios latinoamericanos o un departamento de español, y con todas ellas se mantiene un fluido diálogo a fin de difundir la oferta educativa y de becas del gobierno de México.
De igual forma, la Representación mantiene intercambios constantes con la

Asociación de Hispanistas de Corea y el Centro de Estudios Cervantinos de la Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros, al tiempo que atiende de manera cotidiana invitaciones para realizar presentaciones y conferencias para la promoción del aprendizaje del español como lengua extranjera en Corea. En este tema, se destaca el respaldo otorgado por el Titular de la Embajada a la presentación y difusión del Estudio sobre la Situación del Español en la República, elaborado por la maestra Verónica Hernández; durante el acto de lanzamiento del Estudio, el Embajador Bernal fungió como uno de los comentaristas principales de la ceremonia, en la que enfatizó la posición destacada de México en el mundo hispano.

Por otra parte, con apoyo de la Embajada, en 2015 la UNAM estableció un Centro de Aplicación del Certificado de Español como Lengua Adicional (CELA) en la Universidad Busan de Estudios Internacionales, con miras a facilitar los intercambios educativos y la movilidad laboral. A diferencia de Estados Unidos, Canadá y China, no existe representación de la UNAM en Corea, por lo que este es el único país en el que se aplica el CELA en una institución local. El centro ha beneficiado a un amplio número de estudiantes y profesionistas que buscan continuar su trayectoria en México y América Latina.

17 de agosto del 2016 La Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros (Hankuk University of Foreign Studies) convoca a estudiantes mexicanos interesados a cursar una licenciatura en Corea a participar en el Programa de Becas Diplomáticas Internacionales, semestre de primavera 2017. Entérate de los detalles aquí: http://ow.ly/fjHe303k2mb

30 de agosto del 2016 Esta mañana, el Embajador José Luis Bernal recibió a los integrantes la nueva Mesa Directiva de la Asociación de Estudiantes Mexicanos en Corea - Mexican Students Association - South Korea, designada para el período septiembre 2016 – febrero 2017. Los estudiantes compartieron con el Embajador su plan de trabajo y sus propuestas para fortalecer la asociación y seguir promoviendo la unidad de la comunidad estudiantil mexicana en Corea. El Embajador, por su parte, reiteró a los estudiantes el apoyo permanente de la

Embajada en cuestiones de promoción cultural y educativa, protección y servicios consulares, organización comunitaria, prácticas profesionales, promoción económica, cooperación técnica y científica y en la apertura de contactos con las distintas instancias coreanas.
26 de septiembre del 2016 El embajador José Luis Bernal recibió a un nutrido grupo de alumnos del sistema Tecnológico de Monterrey, quienes se encuentran de visita en Corea del Sur como parte de su formación profesional. Durante su conversación con los jóvenes estudiantes, el embajador Bernal detalló la relevancia de las relaciones políticas, económicas, culturales y de cooperación entre México y Corea, y respondió inquietudes de los estudiantes sobre las perspectivas de nuestra Asociación Estratégica y sobre oportunidades en materia de educación.
El 28 de septiembre del 2016 Conferencia sobre Sistema Educativo y de Becas en Corea el Consejero de la Embajada de Corea en México, Suntae Park impartió una serie de foros sobre el Sistema Educativo y de Becas en Corea en diferentes universidades de México, con el fin de promover programas de estudios superiores en universidades de Corea a los estudiantes mexicanos. Las Universidades donde impartió dichos foros se enlistan a continuación: El 19 de Septiembre, asistió a la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). El 20 de septiembre de 2016, al Evento "Encuentro Internacional" organizado por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) en Puebla. El 26 de septiembre, asistió al evento "Feria Internacional" la cual tendrá duración de septiembre a noviembre, organizado por el Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) en Monterrey. El 26 y 27 de septiembre, asistió a la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) en Monterrey.
07 DE OCTUBRE DEL 2016 Korea University (KU) convoca a estudiantes mexicanos interesados en cursar una licenciatura en Corea a participar en el Programa de Becas "KU Global Friends Scholarship", semestre de primavera

2017, que cuenta con una bolsa de hasta 20 becas para estudiantes mexicanos, en las siguientes modalidades: Modalidad A: Beca del 100% de la colegiatura + 5,000 pesos mensuales para manutención (8 meses por año) Modalidad B: Beca del 100% de la colegiatura Modalidad C: Beca del 50% de la colegiatura.

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de http://mex.mofa.go.kr/worldlanguage/america/mex/bilateral/culture/index.jsp , Mendoza, R. (2016). Asuntos culturales. Embajada de México en Corea del Sur https://embamex2.sre.gob.mx/corea/index.php/la-embajada/asuntos-culturales y de la página de internet Embajada de México en Corea 멕시코대사관 https://www.facebook.com/EmbaMexCorea/?pnref=story

Por medio de estos acuerdos educativos realizados en los últimos años Corea del Sur con México, es como se presenta una unión cada vez mayor entre los dos países, las jóvenes mexicanas en especial las que tienen como preferencia el k-pop han comenzado a tener a Corea del Sur en sus planes educativos, gracias a la incorporación de este género a su vida cotidiana y por el anhelo de continuar superándose en materia educativa, muchas mexicanas sueñan con ir a estudiar a Corea y esto ha sido posible por todos los acuerdos educativos que se están planeando y planearan más adelante.

De igual forma Corea del Sur al realizar este intercambio ha incorporado nuevas muestras culturales para la educación en donde el pueblo surcoreano puede conocer a través de estas exposiciones a México.

Estos dos países han comenzado a complementarse uno a otro, en especial mediante el intercambio de conocimientos juveniles, es como han comenzado a crecer las relaciones tanto económicas como educativas entre estos dos países, los cuales pueden resolver sus carencias de forma mutua.

1.4 Turismo entre ambos países, el papel en materia turística de México en Corea del Sur.

Tanto México como Corea del Sur poseen territorios espectaculares, muchos de sus sectores son basados en el turismo, México se caracteriza por su belleza natural, mientras que Corea del Sur se caracteriza por sus construcciones o personas. Ambos países son visitados al año por millones de turistas que curiosos por programas de televisión, internet u otra fuente, son atractivos para la mayoría de ellos. En los últimos años estos países han comenzado a promoverse mutuamente, mediante algunos acuerdos en materia turística es una de las estrategias que ambos países han pactado para incrementar este servicio de forma mutua.

Los acuerdos entre estos países iniciaron aproximadamente en el año de 1962 en donde comenzaron los acuerdos de amistad, cultura, turismo. A través del tiempo se han fortalecido los lazos turísticos entre ambos países han causado que crezca el interés por ambos países, de igual forma México y Corea del Sur cuentan con un Convenio sobre Servicios Aéreos firmado en 1988 y renovado en el 2011, en donde se establecía un acuerdo pacífico beneficiando al turismo en ambas partes[21].

De acuerdo al portal coreano KBS Word Radio Corea del Sur en visita a México en el año 2001 con un grupo de 13 funcionarios del gobierno de Corea del Sur acudieron a México para conocer el Proyecto Cancún, su éxito y desarrollo en los recientes 30 años, en una primera reunión de acercamiento para conocer las inversiones que se realizarían en la zona.

La delegación coreana acudió con el ministro de la Construcción, Huh Jea Joon, quien informó que realizan un recorrido por diversos países de Latinoamérica.

[21] Información obtenida de Mun, N. K., & Quintana, L. (2003). El comercio de México con Corea del Sur en el marco del TLCAN. *Comercio Exterior*, *53*(12). p.1149. Recuperado de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/60/9/Nam-Kwon_Quintana.pdf

En el grupo participaron secretarios y directores generales de los ministerios de Relaciones Exteriores, Medio Ambiente, Cultura y Turismo de Corea del Sur.

El portal señala que el ministro Huh definía a Cancún es un destino turístico muy conocido en Corea del Sur, por lo que al gobierno de esa nación le interesa conocer su emplazamiento y desarrollo, así como las perspectivas de crecimiento para los próximos años.

El portal KBS de igual forma menciona en el año 2011 la visita el secretario estatal de Turismo de México, Guillermo Martínez Flores, recibió a los visitantes antes de la presentación que realizó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo sobre del desarrollo de Cancún y sus perspectivas, así como de la Oficina de Visitantes y Convenciones.[22]

Continuando con algunas de las noticias turísticas de estos países, el año 2012 La Secretaria de Turismo, Gloria Guevara, y el viceministro de Cultura y Turismo de Corea del Sur, Kwan Young Jin, firmaron un memorándum de entendimiento para fortalecer al sector e incrementar el flujo de visitantes y el desarrollo económico de ambos países.

De acuerdo a la Sectur[23] el 02 de febrero del 2014 la llegada de visitantes internacionales por vía aérea creció 9% en el año 2013, en especial los visitantes coreanos que aumentaron un 24.4%. Además el 01 de julio del 2014 los visitantes coreanos por vía aérea a nuestro país continuaron aumentando en tasas de 20.2% y 20.3%. el 09 de marzo del 2015 en El informe del SIOM del Instituto Nacional de Migración, dependencia de la Secretaría de Gobernación, precisó un alto crecimiento en la llegada de visitantes internacionales por vía aérea de algunos países de Asia, tales como Corea y China con 21.7% y 19.5%.

---

[22] Información extraída de la pagina de internet http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_Ec_detail.htm?lang=s&id=Ec&No=29&current_page=993

[23] Para mayor información consultar la página de internet http://www.gob.mx/busqueda?site=sectur

En septiembre del año 2015 el numero de visitantes mediante vía aérea provenientes de Corea del sur repunto en un 20.5%. Recientemente la Secretaría de Turismo (Sectur) del Gobierno de la República y el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo de la República de Corea del Sur suscribieron un Programa Específico de Cooperación en Materia Turística 2016-2017, este acuerdo tiene como propósito desarrollar el potencial económico de dicha industria entre ambas naciones. La oficina en Seúl, de Corea del Sur Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) ha participado en algunos eventos que han sido promovidos por parte de nuestro país en Corea del Sur, con motivo de promover turísticamente a México.

Cuadro 5

ANTOR KOREA: Como parte de las actividades de la Oficina de Representación, se participó con la Asociación Nacional de oficinas de Turismo en Corea (siglas en ingles ANTOR, Korea), cada año se lleva a cabo un trade show con la actuación de todas las oficinas de turismo y del patrocinio de la asociación; fueron invitados los agentes de viaje y medios de comunicación ubicados en Daegu, Corea del Sur, ciudad con alto dinamismo y demanda de productos turísticos.
CARAVANA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE OTOÑO: Como parte del programa de trabajo de 2014, en el mes de noviembre, se realizó la Caravana de Promoción Turística de Otoño, en la cual se llevaron a cabo seminarios de capacitación en Seúl y Busan; en esta ocasión, se implementó un modelo en el cual los principales tour operadores coreanos con mayores niveles de venta de destinos mexicanos, fueron invitados a presentar su cartera de productos ante el público invitado.
FERIA INTERNACIONAL MODETOUR: Esta feria de viajes es organizada por el segundo tour operador más importante de Corea, ModeTour, esta primera fase tuvo una duración de un día, la cual permitió la creación de contactos con una red de agencias de viaje. La interacción con el público consumidor tuvo una duración de tres días.

Fuente: datos extraídos de la pagina de internet de la Secretaria de Turismo. Recuperado de http://www.cptm.com.mx/oficinas_ext_corea?language=es#main-content

De igual forma México ha comenzado a promocionarse con exposiciones de acuerdo a las fechas y tradiciones desde muestras de cine. México de igual forma

ha comenzado a estar presente en Corea del Sur por medio de la realización de distintos eventos, algunos que se han realizado recientemente son:

Cuadro 6

El 04 de agosto del 2016 Este 4 de agosto fue inaugurada la exhibición fotográfica "Ciudades Hermanas de Suwon", que incluye imágenes sobre la cultura, arquitectura y atractivos de 14 ciudades amigas de Suwon, entre las que se encuentra la ciudad de Toluca, México.
El 11 de agosto del 2016 El Dr. Kim, Yeong In, presidente de la empresa de promoción artística BravoComm sostuvo un productivo encuentro con el Embajador José Luis Bernal, en el que conversaron sobre interesantes proyectos de promoción cultural entre #México y #Corea.
El 02 de septiembre del 2016 El 2 de septiembre se llevará a cabo el YouTube Fanfest de Corea en Dongdaemun Design Plaza, en el que participarán nuestras connacionales Diana y Gisela del canal #DoubleTroubleEnCorea con un stand de 3:30 a 7:00 pm en el que darán clases sobre cómo hacer botanas mexicanas y promoverán destinos turísticos de México. La entrada es libre en el área de exhibiciones.
El 17 de septiembre del 2016 El proyecto "Ven a Comer" forma parte de las acciones del gobmx para potenciar la oferta gastronómica como un medio para promover la riqueza natural y cultural de México. Acompáñanos en el Festival de la #GastronomíaMX "A taste of Mexico" del 21 de septiembre al 1 de octubre en el Grand Hyatt Seúl.
El 20 de septiembre del 2016, el Secretario de Turismo Enrique de la Madrid Cordero, apoyado por una importante delegación que incluye a la Directora Ejecutiva del Consejo de Promoción. Turística, Lourdes Berho, y a los Secretarios de Turismo de Baja California y Baja California Sur, realizó una visita de trabajo a Seúl para promover el turismo coreano a México y fortalecer los lazos de cooperación con este país. Como primera actividad, el Secretario de la Madrid, acompañado por el Embajador José Luis Bernal, encabezó un Seminario de Atracción de Inversiones al sector turístico de México ante altos ejecutivos de las desarrolladores coreanas del ramo más importante.
El 21 de septiembre del 2016 Como parte de su visita de trabajo a Seúl, este 21 de septiembre, el Secretario de Turismo Enrique de la Madrid Cordero, sostuvo reuniones con los tour-operadores más importantes de Corea para fomentar el turismo a México. Igualmente, llevó a cabo un encuentro bilateral de alto nivel con la Ministra de Cultura, Deportes y Turismo de Corea, Yoonsun Cho, con quién formalizó un convenio de cooperación e intercambio de experiencias en materia turística así como para incrementar el número de visitantes entre nuestros países.
El 21 de septiembre del 2016 El Embajador José Luis Bernal inauguró el Festival de#GastronomíaMexicana "A taste of México", que la Embajada de México presenta en el hotel #GrandHyattSeoul del 21 de septiembre al 1 de octubre en el marco del #MesdeMexico en Corea.
El 22 de septiembre del 2016 En conmemoración del 206° Aniversario de la

Independencia de México, la Embajada de México en Corea organizó este 22 de septiembre dos eventos conmemorativos consecutivos en Seúl.
En la Recepción Diplomática, encabezada por el Embajador José Luis Bernal, se dieron cita más de 250 representantes del gobierno coreano, Cuerpo Diplomático, empresarios académicos y amigos de México. Luego de hacer un balance sobre la relevante posición de México en el mundo, el Embajador Bernal destacó los logros de la relación México-Corea, que este año cumple 54 años de relaciones diplomáticas y 10 años de nuestra Asociación Estratégica.
El 22 de septiembre del 2016 Durante su visita de trabajo a Corea, el Secretario de Turismo Enrique de la Madrid Cordero fue el orador principal en el Seminario "México Day", que congregó a las principales Agencias de Viaje de Corea, tour operadores mayoristas y representantes de líneas aéreas. Con una nutrida asistencia, el evento fue inaugurado por el Embajador José Luis Bernal, y contó además con una presentación especializada de parte de la Directora Ejecutiva del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Lic. Lourdes Berho.
El 23 de septiembre del 2016 Te compartimos la invitación del artista mexicano Paco Rocha Moreno, quien inaugura una exhibición en colaboración con el Ureuk World Music House, este 24 de septiembre a las 4:00 p.m., en la ciudad de Chungju. Para más información, visita el sitio del Ureuk World Music House 우륵세계음악집
El 27 de septiembre, en el marco de la Ceremonia Conmemorativa por el Día Mundial del Turismo, organizada por el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea y por la Asociación de Turismo de Corea, la representante del Consejo de Promoción Turística de México y Agregada de Turismo de la Embajada de México en Corea, Luz María Martínez Rojas, fue reconocida por el gobierno de Corea con el "Minister´s Commendation" por su impulso a la cooperación turística entre Corea y#México.
El 28 de septiembre del 2016 En el marco de las actividades culturales del Mes de #MéxicoEnCorea, en colaboración con la Fundación Daesan y el Instituto de Estudios de Asia y América de la Universidad Dankook, el embajador José Luis Bernal realizó un homenaje al escritor, intelectual y diplomático mexicano Carlos Fuentes, en compañía de embajadores iberoamericanos en Corea, académicos, autores, miembros de la comunidad mexicana y un gran número de estudiantes coreanos.
El 05 de octubre del 2016 Concluyó con gran éxito el Festival de #GastronomíaMexicana "A taste of Mexico", que la Embajada de México llevó a cabo en el hotel#GrandHyattSeoul, del 21 de septiembre al 1 de octubre en el marco del#MesdeMéxico en Corea y de la iniciativa #VenAComer del gobmx
El 05 de octubre del 2016 Este fin de semana la Embajada estuvo presente en el Festival Mundial de K-Pop 2016 (K-Pop World Festival 2016), llevado a cabo en la ciudad de Changwon, con la participación de grupos musicales de 15 países, incluido México.
El 07 de octubre del 2016 En el marco del Convenio de Hermanamiento entre las ciudades de Toluca y Suwon, el Ballet Folclórico Juvenil de Toluca estará presente en el 53° Festival Cultural de Suwon Hwaseong con un espectáculo de música y danza tradicional mexicana denominado "Mestizo".

El 07 de octubre del 2016 En el marco del II Festival de Cine Latinoamericano en Corea, la Embajada de México proyectará la cinta mexicana "Generación Spielberg" del director Gibrán Bazán, protagonizada por Bruno Bichir y Silvia Carusillo.
El 11 de octubre del 2016 El Ballet Folclórico Juvenil de Toluca se presentó con gran éxito en el 53° Festival Cultural de Suwon Hwaseong, con un vistoso espectáculo de danza tradicional mexicana, con el que cautivaron al público coreano y a los miembros de la comunidad mexicana que se dieron cita en este importante Festival.
El 14 de octubre del 2016 La Asociación de Mexicanos Residentes en Corea y la Mexican Students Association - South Korea, en colaboración con la Embajada de México, extendemos una cordial invitación a todos los #MexicanosEnCorea a participar en el Concurso de Calaveritas Literarias y Catrinas Maquilladas 2016.
El pasado 15 de octubre del 2016, el reconocido violinista y director yucateco José Luis Chan Sabido se presentó con gran éxito en el Ceramic Palace Hall de Seúl, acompañado por el ensamble coreano Kairos, en el marco del 93° Concierto Miral. Durante su presentación, el señor Chan ofreció un atractivo repertorio con piezas mexicanas como el "Preludio No. 2" de Roberto Abraham Mafud y la jarana Tomásita, de su padre el maestro Cesáreo Chan Blanco, además de la conocida obra: " Las cuatro estaciones" de Antonio Vivaldi.
Del 1 al 27 de noviembre visita la exhibición cultural "Vive la Magia de México" organizada por la Embajada en colaboración con The Former Jemulpo Club, en el marco del 5° Festival Internacional de Intercambio Cultural de Incheon. La exhibición está compuesta por artesanías, trajes típicos, juguetes tradicionales y una vistosa colección de "Calaveras" del famoso artista mexicano José Guadalupe Posada.

Fuente: Datos tomados de la pagina de internet Embajada de México en Corea 엑시코대사관[24]en donde México da muestra de algunos eventos turísticos o tradicionales de nuestro país.

De acuerdo al portal 한국경제 (La economía de Corea):

En el año 2009, el número de visitantes a nuestro país fue de 6196 personas, 2 veces más que en el 2005. En el año 2009 alrededor de 30.000 personas viajaron a México. Los lugares más conocidos, son los Resorts y ruinas mayas como Cancún, los cabos, Uxmal y Chichén Itzá[25].

Mientras que la embajada de Corea del Sur en México reportó la visita de 65 mil turistas coreanos a México en 2013. Cancún y las zonas arqueológicas mayas son

[24] Para mayor información consultar la página de Facebook https://www.facebook.com/EmbaMexCorea/?pnref=story

[25] Información obtenida de la página http://news.hankyung.com/culturesports/2013/12/30/2013122928711

los sitios turísticos más visitados por los turistas coreanos. Corea ha comenzado a ser uno de los mercados principales de Asia para México, ya que se ha duplicado el número de visitantes coreanos en 4 años de 26 mil 196 en 2009 a 65 mil en 2013. Su cálculo para 2014 era de 73 mil turistas pisando tierra mexicana en el año 2014[26].

En los años 2015 y 2016 algunos cantantes de k-pop por turismo en México el primero fue el cantante Lee Jong Hyun tomó unas vacaciones en Cancún México del 28 al 30 de julio del 2015 recorrido algunos sitios de Cancún en donde mediante fotos retrató la belleza de los paisajes que se encuentran en nuestro país, el cantante decidió venir a Cancún a descansar un poco de sus actividades del grupo de k-pop CNBlue.

De igual forma otros cantantes de k-pop han comenzado a promocionar nuestro país realizado visitas mientras se encuentran grabando programas de televisión en este año el cantante Jinwoon de 2AM en compañía de Beenzino pero en el estado de Guadalajara el 29 de julio del 2016 donde conocieron algunos lugares típicos de Guadalajara isla mujeres y tequila Jalisco, de igual forma viajo a Cancún en donde tomo un paseo en lancha y compartió distintas fotos a través de las redes sociales. "Crazy Holidays" sobre #México se transmitió el lunes 5 de septiembre a las 8:55 pm (hora de Corea) y la segunda parte el 12 de septiembre a la misma hora, en el canal KBS 2TV 한국방송, incluso en la cuenta de Twitter del gobierno de Jalisco[27] invitaba a las mexicanas a recibir a estos dos artistas, en su estancia en nuestro país.

Otro personaje del k-pop que ha promocionado nuestro país fue el cantante Henry Lau llego a México el 11 de febrero del 2016 "Huayang Jiejie" o mejor conocido por su título en inglés "Sisters over flowers" en donde estuvo por dos días en la Cuidad de México en el museo del chocolate, el mercado de San Juan, el café

[26] Información obtenida de la página https://www.facebook.com/EmbaMexCorea/posts/1448727032013259
[27] Para mayor información consultar la página https://twitter.com/gobiernojalisco?lang=es

Tacuba, entre otros lugares y también viajo a Cancún para conocer algunos sitios turísticos como Xel Há en la grabación de su programa.

En su instancia por nuestro país los tres artistas estuvieron en contacto con sus fans mexicanas a las cuales ofrecieron autógrafos y se tomaron algunas fotos junto con sus fanáticas mexicanas y a través de las redes sociales expresaron su agradecimiento por el cariño de las fans mexicanas hacia ellos y alagando los sitios que visitaron en su recorrido por nuestro país.

Los idols comentaron incluso en los programas que vinieron a grabar que no esperaban recibir una cálida bienvenida y mencionaron la gran impresión que causaron en ellos:

-La música
-Las fans
-Las tradiciones
-La belleza de sus paisajes

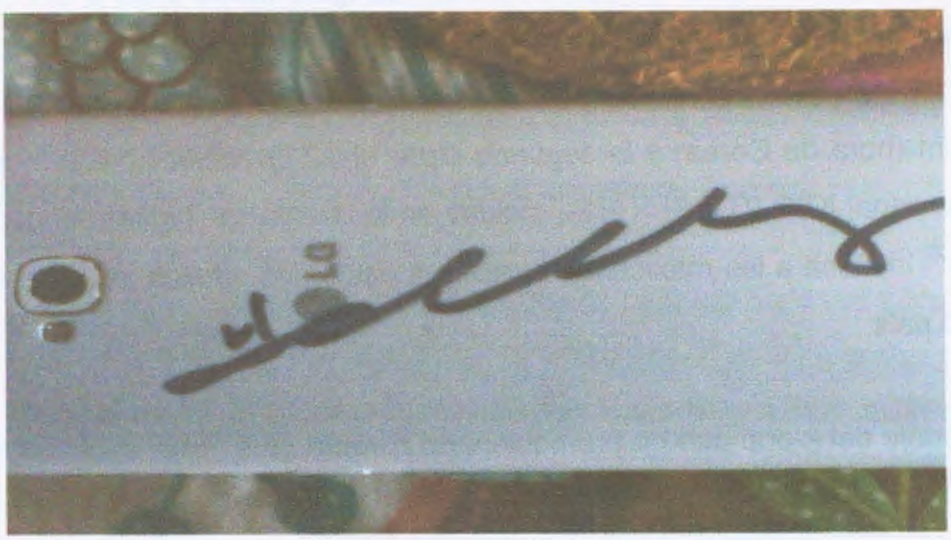


Figura 5: Imagen de autógrafo de Henry Lau en su estancia en México. Imagen propia.



Figura 6: Fotografía con de Henry Lau en el Aeropuerto Internacional de la Cuidad de México en la terminal 2 Benito Juárez, en su estancia en México. Imagen propia.

De igual forma gracias al auge del turismo entre las mexicanas hacia Corea del Sur ha comenzado a aumentar, ya que ambos países y mediante el uso de internet es más fácil poder contactar agencias que ofrezcan paquetes al país coreano y es por medio de estas agencias de viajes que jóvenes mexicanas han viajado a Corea del Sur, en estas agencias puedes cotizar tu viaje de acuerdo al número de personas o incluso por medio de presupuestos.

Las más conocidas son Travel viajes[28] y Mexicotours[29] estas agencias se encargan de brindarte un presupuesto o incluso manejan paquetes por cierta cantidad de días y actividades, de acuerdo al gusto de cada persona, puede seleccionar el que más les agrade y pueden ser comprados por internet o en persona, ambas agencias residen en la calle de Polanco. Manejan buenas referencias y mencionan todo lo que incluye o no los paquetes turísticos que manejan.

De igual forma si solo se desea contratar el vuelo y hotel a través de la página de despegar.com[30] puede encontrarse distintos paquetes con estos servicios, el precio varía de acuerdo al hotel, ubicación y aerolínea en la que se desee viajar. Las jóvenes mexicanas suelen utilizar estas páginas para realizar cotizaciones,

[28] Para mayor información consultar la página de internet http://travelviajes.mx/paquetes/corea-del-sur/
[29] Para mayor información consultar la página de internet http://mexicotours.com.mx/viajes/seul/
[30] Para mayor información consultar la página de internet http://www.despegar.com.mx/cp/shop/search/C4474/C6671/2016-11-14/2016-11-27/2/0/0/NA/2016-11-14/2016-11-27/2?hotel=219041#/hotel/b824cc44c9a84be881887de343bfc99a/MXN/NA/NA/NA/

pero debido al alto precio de las mismas, son muy pocas jóvenes que pueden viajar al país extranjero. Incluso el 27 de octubre del 2016 de acuerdo a FlightGlobal, a partir de verano de 2017, Aeroméxico comenzaron vuelos entre México y Seúl, Corea del Sur (ICN), siendo éste el tercer destino de la aerolínea en Asia.

El vuelo de ida tiene como destino Monterrey y el regreso será directo a Ciudad de México[31]. Las jóvenes que viajaron o viajarán al país coreano, les fue posible debido a que en vez de las conocidas fiestas de XV años prefirieron un viaje, por medio de un préstamo sus padres las llevaron o incluso por un cierto tiempo ahorraron para poder viajar.

Debido a esto Corea del Sur ha comenzado a promover el turismo especial para que extranjeras asistan a conciertos de k-pop. Las agencias musicales coreanas conocen la influencia con la que cuentan sobre los países extranjeros, a través de sus páginas de internet y la publicación de los videos musicales, la mayoría de ellos son comentados por fans en inglés o español. Con esta simple acción queda demostrado que las fans extranjeras en especial las latinas, recurren a estos medios para enterarse de nuevas noticias sus artistas favoritos o estar en tendencia sobre las nuevas canciones que lanzan al mercado.

Es enorme el auge que está teniendo este género a nivel mundial, por lo que para realizar un mayor acercamiento de los grupos de k-pop con sus fans extranjeras, las agencias ponen a la venta paquetes para extranjeras, mediante el portal de internet de Pay Pall es posible realizar la compra de los boletos, sin importar la ubicación, utilizando una tarjeta de crédito. Además los precios de estos paquetes van desde los $15,000 a 20,000 dependiendo el evento al que se desea asistir y si es un programa de entretenimiento en vivo o concierto.

---

[31] Información obtenida de la pagina de Facebook de En El Aire https://www.facebook.com/enelaire.radio/photos/a.140243236013704.13895.136295689741792/1230482730323077/?type=3&comment_id=1232442116793805&notif_t=comment_mention&notif_id=1477763787272607

En estos paquetes pueden ser adquiridos de acuerdo a las posibilidades y gustos de cada uno, desde una o dos personas por habitación, estos paquetes ofrecen:

-Reservación de hotel

-Desayuno

-Transporte al concierto o programa en donde se presentaran los idols

-Regreso al hotel

-Transporte al aeropuerto

La agencia más conocida que ofrece este servicio es SM Enterteiment[32], que es propietaria de las acciones económicas más valiosas en Corea del Sur. La agencia siempre se encuentra informada del funcionamiento del mercado de sus productos, la venta de discos de sus artistas y ahora de la influencia en el exterior, ha promovido que sus algunos de sus artistas más conocidos visiten a nuestro país, en donde siempre han registrado lleno total en los eventos y gran cantidad de mercancía de esta y otras agencias ingresa a nuestro país todos los días.

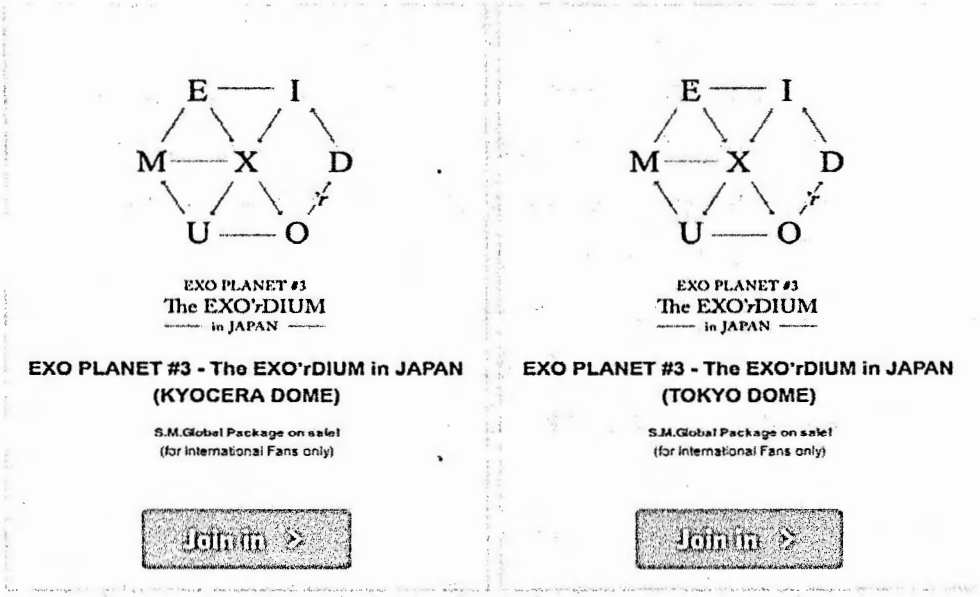


Figura 7: Imagen recuperada del portal de la página Smtowntravel, en donde se encuentra la información de los eventos que las fans extranjeras pueden adquirir paquetes especiales.

[32] Para mayor información consultar la página de internet http://global.smtowntravel.com/

1.5 Conciertos y eventos de k-pop en México

Años atrás Corea del Sur simplemente tenia edificios de concreto ahora se ha modernizado y en su mayoría es posible observar las calles con las mejores marcas tanto coreanas como extranjeras, su fabulosa arquitectura cada día atrae a miles de visitantes.

Corea del sur ha sido conocido a través de su música con ritmos sin igual, en su mayoría los grupos musicales son representados por jóvenes coreanos en su mayoría, aunque de igual forma cuenta con extranjeros, que son parte de grupos con coreografías y estilos de acuerdo al concepto del grupo, estos jóvenes suelen representar una imagen fresca en la cual siempre deben estar impecables, en todos los videos que salen al mercado suelen estar con colores de cabello y vestuarios llamativos, que atraen a miles de personas debido a sus estilos y coreografías que no son producidas en ningún otro país.

En el país surcoreano es común que los idols estén por todas partes, la publicidad que maneja en Corea del sur es desde productos de belleza hasta en la comida, normalmente estos jóvenes son reconocidos y admirados por miles de jóvenes coreanos que con el paso del tiempo han aumentado su popularidad de igual forma en el extranjero, los discos de k-pop son exportados a todo el mundo en donde miles de fans extranjeras esperan ansiosas recibirlas aunque sea tiempo después de su lanzamiento debido a la distancia que se les presenta. Es en especial en las calles de Hongde, Samcheong, Gangnam y Apgujeon en la parte de Seúl, en donde principalmente el k-pop es el líder, tanto en comercios, bares, cafeterías y otros establecimientos el k-pop está presente todos los días.

Es común que en las calles de Corea del Sur se encuentren a los idols paseando o trabajando, es decir las fans coreanas pueden encontrarse en una cafetería en un restaurante o cafetería charlando o simplemente relajándose cuando de repente, los idols entran al mismo establecimiento que ellas, es común que las coreanas posteen en sus redes sociales videos de sus artistas, fotografías o

autógrafos que consiguieron mientras se encontraban en el mismo lugar que sus artistas favoritos.

Las coreanas suelen coincidir de forma constante a sus artistas favoritos, incluso entre ellas intercambian información sobre en donde es que comúnmente estos idols suelen ir, tanto a lugares de comida como de entretenimiento, los idols suelen estar rodeados de fans la mayor parte de su día, por lo cual deben asistir en la mayoría de las ocasiones con sus guardaespaldas y managers para evitar que se provoque un desmán por su presencia en las calles. De forma nacional como internacional los idols se han dado a conocer a los largo de todo el mundo, incluso en países en donde no se habla el mismo idioma o existe una gran distancia.

El internet es uno de los medios más utilizados y efectivos por mexicanas para adentrarse al k-pop, muchas de ellas por casualidad o por amigas comenzaron la búsqueda de este género en las redes sociales existe u sin fin de artículos y videos. Mismo que ha fortalecido y posibilitado que grupos coreanos acudan al país a dar conciertos, uno de los mayores asombros para los artistas es asistir a países extranjeros para dar conciertos mediante giras mundiales, sobre todo en países que están del otro lado del mundo.

Debido a la gran producción musical que representa el k-pop en Corea del Sur es por medio de las redes sociales y las visitas de los videos en internet, las compañías coreanas han notado el impacto de este género en México, por lo que sus productos han sido comprado ya sea en línea o en establecimientos, sus discos son demandados por nuestro país, por ello han impulsado a que distintos artistas acudan a nuestro país a reunirse con sus fans que día a día los observan por medio de la pantalla de su computadora o celular, esperando conocerlos un día.

El hecho de que las mexicanas sean grandes fanáticas de este género ha sido compartido a través de sus redes sociales y les ha favorecido para que los grupos de k-pop, estén enterados del cariño que existe por ellos de parte de las mexicanas. Muchas de las fanáticas mexicanas anhelan el tener a sus idols cerca tal y como lo puede hacer una coreana, por fortuna la Cuidad de México ha comenzado a ser tomada en cuenta de forma frecuente para eventos y conciertos de artistas coreanos.

Cuadro 7

Artistas y agrupaciones que han ofrecido conciertos y reuniones en la Cuidad de México

Grupo o artista:	Fecha(s):
B1A4	11-11-2015
B.A.P	01-05-2016
Big Bang	07-10-2015
Boyfriend	07-05-2015
BTS	29-07-2015
CNBlue	26-01-2014
En el evento Music Bank asistieron los grupos: Exo-k, Infinite, BTS, BAP, Beast, Girls Day y la solista Ailee	30-10-2014
Infinite	13-04-2016 02-04-2016
Junsu integrante del grupo JYJ	06-09-2012
Kim Hyung Jun miembro del grupo SS501	10-10-2014
Lunafly	12-04-2014
Mblaq	08-08-2013
Nu´est	18-09-2014 29-08-2015
Shinee	04-04-2014
Super Junior	07-11-2013 05-07-2016

Teen top	14-08-2013
U-KISS	28-06-2013
VIXX	22-05-2016
K-Con en México 1er día BTS, Eric Nam, EXID, NCT 127 2do dia Astro, Infinite H, Monsta X, Red Velvet	17-03-2017 18-03-2017
Exo Planet #3. The EXO'rdium por parte de la agrupación Exo	27-04-2017

Fuente: Elaboración propia. Grupos de k-pop que han realizado conciertos o eventos en nuestro país.

Desde el año 2012 hasta la fecha han sido un importante número de grupos que se han presentado en nuestro país para tener reuniones y conciertos en la Ciudad de México principalmente, debido a que es la zona en donde la mayoría de las fans suelen concentrarse y las empresas que suelen patrocinarlos en nuestro país son residentes de aquí, incluso hay academias como Ninshi en donde aparte de poder estudiar idiomas asiáticos ha comenzado a ser promotora de grupos tanto japoneses como coreanos y ha ayudado a que fans logren reunirse con algunos de sus grupos favoritos, de igual forma Zepeda Brothers, J-Café y Dilemma conciertos, son algunos de los patrocinadores.



Figura 8: Imagen utilizada para hacer referencia a la Academia de Cultura asiática Ninshi, promotora de bandas japonesas y coreanas en la Ciudad de México. Pagina de internet consultada http://www.ninshi.net/pass.htm

El mayor parte de los grupos que se han presentado en nuestro país, esto se debe a que la mayoría de los fans que se encuentran en la Cuidad de México son mujeres, que suelen tener preferencia por las bandas masculinas, por el atractivo que posee la mayoría. Además de sus poderosas coreografías que se distinguen de las de las bandas femeninas.

En todos los conciertos que se han presentado en nuestro país los artistas de k-pop han interpretado canciones en español y algunas son tradicionales o de artistas conocidos como el grupo Exo-k que interpretó en el evento Music Bank la canción de sabor a mi, un clásico que ha adquirido fama por la interpretación del artista mexicano Luis Miguel.

Esta agrupación menciono en una entrevista en corea del sur haberla ensayado por tres meses para poder cantarla como lo haría un mexicano, el esfuerzo por aprender la canción fue notoria y los integrantes Baekhyun, Chanyeol, D.O y Suho, causaron que miles de jóvenes mexicanas se sintieran emocionadas y agradecidas por el esfuerzo que realizaron en su interpretación, los integrantes de de Exo-k incluso mencionaron haber practicado la canción durante 3 meses para dar lo mejor de si en el escenario y sobre todo impresionar a sus fans mexicanas que por primera vez conocieron.

La canción incluso fue traducida al coreano e inglés para que las fans extranjeras lograran entender la letra de la canción y el significado, además señala algunos datos interesantes como el intérprete y la popularidad que tiene esa canción en nuestro país.

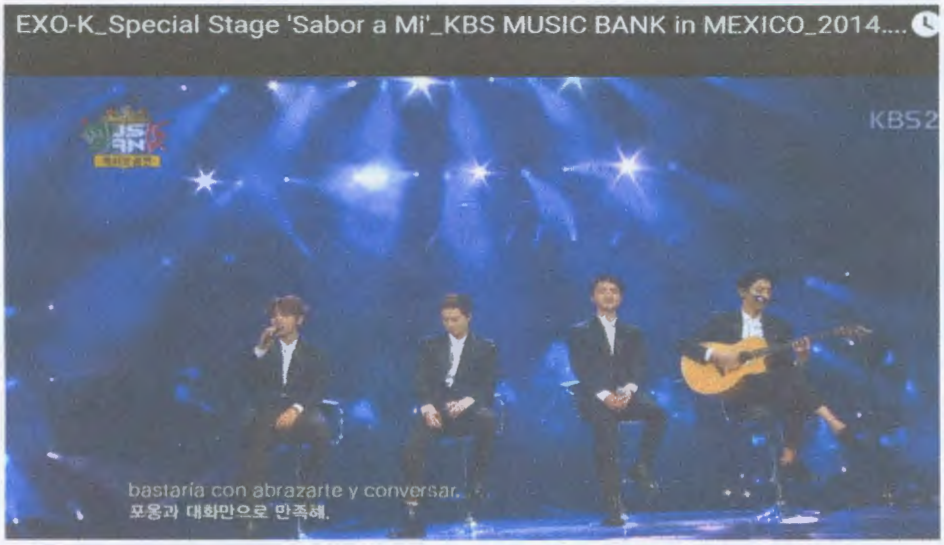


Figura 9: Imagen utilizada para hacer referencia a la canción presentada por la agrupación Exo-k (de izquierda a derecha Baekhyun, Suho, D.O, Chanyeol), en el Music Bank en México. Video electrónico consultado en el canal de youtube de SMTOWN en https://www.youtube.com/watch?v=Gk1iZ8na42I

Tanto para las fanáticas mexicanas por conocer a sus idols como para ellos al darse a conocer al mercado internacional y conocer algunos lugares famosos en nuestro país como lo son las pirámides de Teotihuacán o incluso en su estancia por México algunos de los integrantes de los grupos asistentes publicaron fotos mientras ensayaban para el concierto.



Figura 10: Instagram oficial del integrante de Exo Oh Sehun."Suho, Baekhyun, Chanyeol, D.O, Kai y Sehun están en México.. Xiumin, Luhan, Chen y Tao están en Corea del Sur". (Integrantes en la imagen de izquierda

a derecha Baekhyung, Sehun, Suho, Chanyeol, D.O y Kai). Recuperado de https://www.instagram.com/p/uwtTWkLkBi/?taken-by=oohsehun

Por medio del uso de las redes sociales es como normalmente los idol se ponen en contacto con sus fanáticas, en algunas ocasiones muestran el lugar en donde se encuentran ya sea trabajando o descansando. En estas redes sociales fans del k-pop de todo el mundo, pueden escribir comentarios en estas publicaciones.

Nuestro país ha sido visitado por distintos grupos en los últimos años, tanto es el auge de este género y de ciertos grupos en nuestro país que algunas de estos idols han visitado el país hasta por dos o tres ocasiones como es el caso de Infinite, Super Junior y Nu´est.

En el caso de Infinite se ha presentado en nuestro país en el Music Bank, en Solitario y en el evento K-Soul, es el grupo que más veces se ha presentado en el país en la realización de conciertos o eventos de tipo culturales. Altos funcionarios han realizado diversas visitas entre estos países la primera vez por el presidente Roh Tae Woo en 1991, por parte de México el presidente Ernesto Cedillo Ponce de León viajo a Corea del Sur en 1996, Un año después el presidente de Corea del Sur Kim Young-Sam 1997, más adelante el presidente de México Vicente Fox Quesada viajo a Corea del Sur y el presidente de Corea del Sur viajo a México en el mismo año 2005, en el año 2010 ambos países fueron visitados por sus presidentes en México mediante el mandato del presidente Felipe Calderón Hinojosa y por Corea del Sur el presidente Lee Myung Bak, de igual forma altos funcionaron han asistido a nuestro país para acuerdos comerciales y para la promoción cultural este género en nuestro país.

La presidenta de Corea del Sur Park Geun Hye que visito nuestro país el 02 de abril del 2016 como una visita de estado, por medio del evento K-Soul, en donde en compañía del grupo Infinite realizaron un acercamiento de esta agrupación de nuevo con sus fans mexicanas, que lograron asistir a este evento de forma gratuito por medio del registro por internet, aunque este evento se saturo en tan

solo segundos, se decidió abrir más lugares para que algunas de las jóvenes que no alcanzaron boleto la primera vez, tuvieran oportunidad con la ampliación de lugares.

Además Nu'est y Boyfriend ambas bandas incluso ofrecieron una firma de autógrafos para sus fans mexicanas y poder estar más cerca de ellas, estos boletos podían adquirir distintos paquetes. El auge del k-pop ha promovido que distintos artistas manifiesten su interés por acudir a nuestro país para conocer a sus fans mexicanas como lo menciono Park Geonil mientras promocionaba con sus compañeros su disco Stupid Love. Las redes sociales han sido un factor de ayuda para que estos países tengan mayor contacto y puedan ofrecer conciertos en México.

De igual forma uno de los eventos importantes para resaltar fue el The EXO'rdium en México de la agrupación Exo. Esta agrupación visito México para ofrecer un concierto pero en esta ocasión de forma solitaria y con 8 de sus 9 integrantes (los integrantes de la agrupación y sus nombres artísticos son: Xiumin, Suho, Sehun, Chen, Baekhyun, Kai, D.O y Chanyeol).

México fue el único país latinoamericano en obtener un concierto en solitario por la agrupación, siendo el mismo un retorno éxito ya que se lograron agotar todas las entradas de la Arena Ciudad de México. La agrupación coreana expresó su gratitud hacia México recordando la canción sabor a mí que cantaron unos años atrás y prometieron regresar para hacer un tercer concierto.

Este evento, fue de gran ayuda para demostrar el gran afecto y popularidad que se esta desarrollando de parte de la juventud mexicana por los grupos coreanos. Aunque no hablarán el mismo idioma, la música de la agrupación pudo ser entendida por los asistentes al concierto debido a la gran dedicación que realizan los miembros de Exo para interpretar las melodías y que sus fans no olviden sus presentaciones musicales.

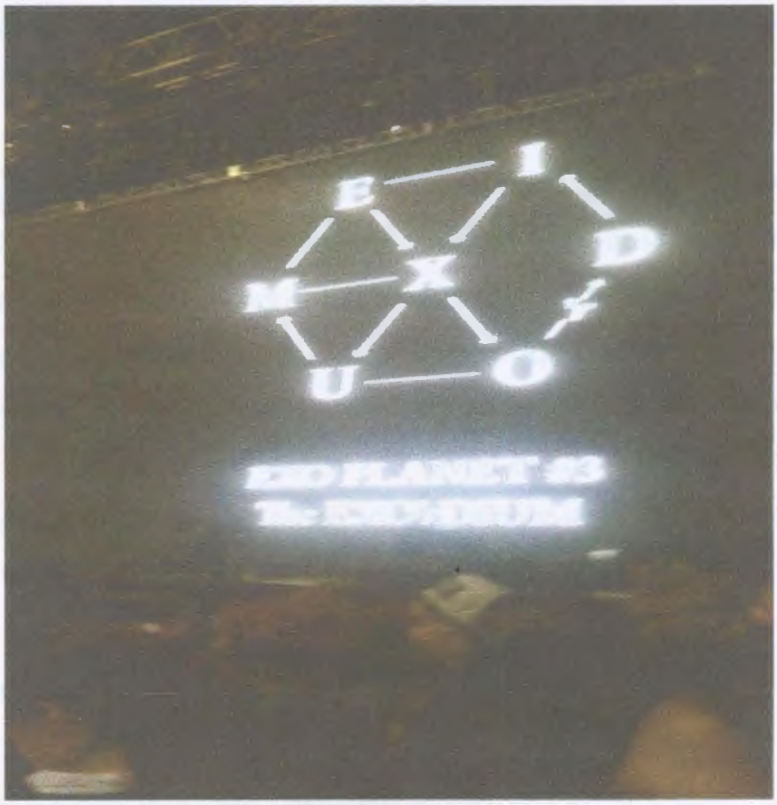


Figura 11: Fotografía capturada en el concierto de Exo (2017). Fotografía propia.



Figura 12: Fotografía obtenida en el concierto de Exo (Integrantes en la fotografía de izquierda a derecha Xiumin, Sehun, Chen, Suho, Baekhyun, Kai, D.O y Chanyeol). Fotografía propia.

Las fans mexicanas incluso han sido participes de recibir a los cantantes coreanos en el aeropuerto con pancartas y carteles de recibimiento, suelen organizarse por medio de las redes sociales como Facebook y convocan a su club de fans de México para que asistan a recibirlos.

Las fanáticas mexicanas se organizan de acuerdo a los club de fans oficiales en México de cada agrupación coreana incluso crean proyectos como la creación de lonas personalizadas de cada grupo que son sostenidas en el transcurso de la salida de los idols del aeropuerto.

Cada club de fans incluso crea cuentas bancarias en donde las fanáticas pueden depositar una cantidad voluntaria para poder crear estas lonas tanto en el aeropuerto como en los conciertos, esta es una forma que tienen las mexicanas para mostrarles todo el cariño que tienen hacia sus idols.



Figura 13: Fotografía del recibimiento a Exo-k con motivo de su concierto del Music Bank en México (2014). Fotografía propia.

Las lonas y carteles que son creados para sus idols, suelen ser elaborados por las fans de manera propia o impresa y algunos incluso cuentan con frases en coreano para que sus idols entiendan lo que les quieren expresar sus fanáticas. Incluso en

la primer visita de Super Junior algunas fanáticas comenzaron a reunirse en la Plancha del Zócalo capitalino con pancartas en donde expresaban el amor que sentían hacia este grupo, el género musical se ha tratado de expresar por todas las formas posibles para que los idols se enteren de los sentimientos de las fans mexicanas.

Pero no solo son conciertos los que vinculan a nuestro país con el surcoreano sino que de igual forma se han llevado a cabo algunos eventos como la feria de las culturas amigas en la explanada del zócalo capitalino desde el 2009 hasta la fecha, en esta feria existen aproximadamente 86 países invitados en donde Corea del Sur es de los más visitados. El staff surcoreano ofrece banderillas de papas y salchichas, comida tradicional como bulgogi y productos de k-pop como playeras, llaveros y fotografías de artistas surcoreanos, de igual forma se han llevado a cabo exposiciones con motivo cultural ejemplo de ello es el Sistema de Transporte Colectivo metro de la Cuidad de México metro ha sido testigo de la fiebre del k-pop en nuestro país.

Por primera vez el 10 de junio del 2014 al 08 de agosto del 2014 en la exposición "La belleza de Corea y sus Palacios" en la línea 12 del metro la muestra, realizada por el Centro Cultural Coreano, ofrece un viaje mediante 58 fotografías de antiguos palacios habitados por 27 reyes durante la dinastía Lee por más de 500 años, casas tradicionales (Hanok) y de otras manifestaciones de la cultura contenidas en la lengua, el vestido, la comida, la cerámica, la danza y la música.

La apertura estuvo a cargo del embajador de Corea en México, Seong Hoa Hong, quien destacó la belleza y esplendor de la arquitectura coreana del palacio Changdeokgung y el Santuario de Chongmyo, declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Por segunda ocasión 20 de junio del 2015 en la línea dorada número 12 del metro que va desde Ermita hasta Zapata se inauguró la exposición "La belleza de Corea y su Naturaleza". La ceremonia inaugural fue presidida por el Embajador de Corea del Sur en México Seong Hoa Hong y el Subdirector General de Administración y Finanzas del Sistema de Transporte Colectivo (STC), José Alfonso Suárez del Real, en representación del Director General, ingeniero Joel Ortega Cuevas. Con 81 fotografías demostraron la belleza del país asiático desde sus edificaciones hasta cuadros con carteles de grupos del k-pop.

En esta exposición estuvo presente los grupos Super Junior , BigBang, 2NE1, EXO, MBLAQ, SHINee, Girls Generation, TVXQ, CNBLUE, y Kim Hyun Joong. En esta exposición la mayoría de las personas asistentes fueron jóvenes mexicanas que por la denominada "fiebre del k-pop" asistieron a observar las distintas fotografías y fotografiarse junto con los de sus artistas favoritos.

La tercera exposición que se ha realizado de igual forma en el metro fue del 24 de junio hasta el 14 de agosto del 2016 en esta ocasión en la estación del metro Ermita de la línea 12, la exposición "La belleza de Corea y sus Parques Nacionales", muestra fotográfica impulsada por el Centro Cultural Coreano, dependencia de la Embajada de Corea, y el Sistema de Transporte Colectivo Metro, que se asoma a los imponentes paisajes naturales del país asiático.

La exposición se conformó por 45 fotografías de gran formato que se asoman a los parques de Corea; sobre los juegos olímpicos de invierno y finalmente incluyen imágenes de bandas de Kpop como EXO, Girls Generation, Super Junior, BTS, TVXQ, F (X), entre otras, y personajes de doramás[33]. Muchas de las fans mexicanas del k-pop asistieron a esta estación para volver a recordad las fotografías observadas en el 2015. Acudieron para observar las fotografías y tomarse incluso algunas con los posters de sus artistas favoritas, estos eventos

[33] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

han ayudado a las mexicanas a estar más cerca e informadas sobre la cultura coreana.



Figura 14: Imagen de la exposición de "La belleza de Corea y su Naturaleza", jóvenes mexicanos fanáticos del k-pop asisten a estas exposiciones, debido al interés que tienen hacia esta cultura. Foto: mexico.korean-culture.org.

La embajada de Corea del Sur en México, crea incluso eventos que unen el k-pop con los jóvenes mexicanos es el K-show este es un evento en donde grupos de mexicanos pueden interpretar canciones del k-pop, con amigos en su mayoría y son las féminas mexicanas que participan en estos eventos, ya que como tributo y admiración a sus grupos favoritos aseguran ellas, es una forma de divertirse sanamente, combinándolo con el gran aprecio que tienen para este género, además existen bloques musicales para sus grupos favoritos y exposiciones de fans clubs del k-pop.

Estos eventos son promovidos en Facebook, las reuniones que llevan a cabo el club de fans, lo conciertos programados e información sobre reuniones que se llevan a cabo entre mexicanos y coreanos para tener un mayor intercambio cultural. Se realiza en la expo reforma y los boletos se pueden adquirir por

internet, en la plaza Frikiplaza[34] y en el J-Café Umami[35]. Se han realizado dos eventos y debido al éxito que han tenido se espera realizarlo el siguiente año en este concurso los ganadores pueden obtener un viaje todo pagado a Corea del Sur para ir a participar y dar a conocer los grupos mexicanos en el país asiático.

[34] Para mayor información consultar la página de internet http://frikiplaza.com/
[35] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/jcafemx/#

1.6 Locales comerciales coreanos en México

Las migraciones y el intercambio cultural entre países ha causado una revolución tanto cultural, económica, musical e incluso gastronómica, esto suele suceder todos los días en nuestro país, que es caracterizado por su gastronomía a nivel mundial. Por medio de las migraciones ha adoptado nuevos sabores de forma nacional como internacional, la mezcla de ingredientes puede provocar el éxito mediante una explosión culinaria que se puede crear.

En nuestro país el gusto por el k-pop ha desatado una enorme curiosidad entre las jóvenes mexicanas, ha comenzado a interesarles todo lo referente a Corea del Sur. Algo característico y lo que diferencia a todos los países es la comida, todos los países cuentan con gran variedad de platillos que los extranjeros desean probar, cuando las personas suelen adentrarse a una cultura distinta a la materna un elemento fundamental por el que tienen interés suele ser la comida, ya que por medio de ella se pueden diferenciar los distintos ingredientes que se utilizan a lo largo del mundo.

La comida coreana se caracteriza por el empleo de ingredientes vegetales o de origen animal que son preparados con poco o nula cantidad de sal y aceites, su gastronomía se caracteriza por tener una gastronomía con platillos con baja cantidad de grasa, a pesar de que los coreanos emplean la modernidad en todos los aspectos de su comida, la gastronomía es algo que ha sido tradicional a lo largo de los años.

Este país siempre se ha preocupado por la salud de su población por lo que suelen ser muy cuidadosos en la alimentación, que siempre se ha presentado bajos índices en enfermedades crónico degenerativas. La gastronomía coreana de igual forma se caracteriza por el empleo de varios platitos que en coreano se

llama banchan en los que suelen colocarse algunos elementos como kimchi, alga, aderezos, entre otros complementos.

Cuadro 8

Principales platillos y acompañamientos coreanos

1. Platos de la corte real
Sinseollo (신선로): es un plato elaborado de la cocina de la corte real coreana consistente en albóndigas, ***jeonyueos*** (전유어) pequeños y redondos, champiñones y verduras cocinados en un caldo rico. Es un tipo de *jeongol*(estofado elaborado parecido a la sopa de pescado).
2. Platos a la parrilla
Bulgogi (불고기): el ingrediente fundamental es ternera marinada cortada en finas tiras que posteriormente se cocinarán, preferentemente a la parrilla, aunque también es posible asarlas en el horno o freírlas en sartén. Se acompaña con vegetales y arroz. Esta cortado en tiras y marinado con salsa de soja, azucar, aceite de sésamo y ajo.
Galbi (갈비): es un plato típico de la cocina coreana elaborado con los costillares de la vaca, se puede encontrar variantes elaboradas con costillas de cerdo. Puede servirse aliñado con salsas o no, en el caso de servirse sin salsa es habitual marinar la carne con salsa de soja, ajo y azúcar.
Samgyeopsal (삼겹살): es un plato que se suele servir por la tarde, consiste principalmente en rebanadas de carne de panceta (similar al bacon no curado), servido al estilo y con la misma apariencia que el galbi: esto es, la carne se aliña con ajo, sal y aceite de sésamo y es cocinada a la parrilla en una mesa de comer.
Makchang gui (막창구이): plato coreano consistente en *gopchang* (intestino delgado de cerdo) a la parrilla.
Gobchang gui (곱창구이): similaral anterior excepto en que esta preparado con los intestinos delgados de buey.
Saengseon gui (생선구이): Pescado a la parrilla
Seokhwa gui o *jogae gui* (석화구이 o 조개구이): marisco a la parrilla.
Deodeok gui (더덕구이): *deodeok* (*Codonopsis lanceolata*; 더덕) a la parrilla. Es una raiz.
Beoseot gui (버섯구이): champillones a la parrilla.
Gim gui o *guun gim* (김구이 o 구운 김): algas a la parrilla, previamente secadas. Se sirven con aceite y semillas de sesamo.
3. Platos al vapor
Galbijjim (갈비찜), El *galbijjim* o *kalbijjim* es una variedad de *jjim* o plato al vapor coreano hecho con *galbi* (갈비, costilla corta).
Agujjim (아귀찜), hecho con *agwi* (아귀, rape boca negra). El plato se condimenta con guindilla molida, *doenjang*, *ganjang* (salsa de soja coreana), ajo

picado y cebolleta troceada para hacerlo picante.
Jeonbokjjim (전복찜), de abulón marinado en una mezcla de *ganjang* y*cheongju* (vino de arroz)
Gyeran jjim (계란찜), el *gyeran jjim* es una cazuela coreana de huevo cocido. Sus ingredientes principales son el huevo y el agua, y opcionalmente puede llevar cebolleta, escamás de pimiento rojo, salsa de gamba salada (*saeujeot*), sal, pimienta, semilla de sésamo y otras verduras.
Oiseon (오이선), se trocea un calabacín o pepino en trozos de 4 o 5 cm de largo y se cortan en cuartos. Los pedazos se salan levemente y el zumo se exprime un poco. Se trocea ternera o pollo y cebolla y se mezclan junto con condimentos para preparar el relleno.
Dubuseon (두부선), tofu al vapor mezclado con ternera y verdura.
4. Platos crudos
Sannakji (산낙지) Consiste en *nakji* (낙지, un pulpo pequeño) vivo que se corta en trozos pequeños y se sirve inmediatamente, normalmente condimentado levemente con sésamo y aceite de sésamo.
Yukhoe (육회), ternera cruda picada condimentada con varias especias o salsas. Para condimentar se emplea salsa de soja, azúcar, sal, aceite de sésamo, cebolleta, ajo picado, semilla de sésamo, pimienta negra y zumo de *bae* (pera china). Encima de la carne se pone un huevo crudo, de forma parecida al filete tártaro. El *yukhoe* se acompaña con*hoejeup* (회즙), una salsa para mojar a base de *gochujang* (guindilla).
Sukhoe (숙회), pescado ligeramente hervido, comunmente servido con pulpo.
Ganghoe (강회), pequeños rollos de cebolletas, zanahorias y huevos.
5. Sopas y guisos
Tteokguk (떡국), se toma durante la celebración del Año Nuevo coreano. Se compone de un caldo (guk) en el que se ponen varios pasteles de arroz (tteok) cortados finamente.
Haejangguk (해장국): sopa ANTI-RESACA. Se trata de una sopa clásica de la cocina coreana.
Miyeok guk (미역국), sopa de alga *wakame*. Los coreanos toman tradicionalmente esta sopa en su cumpleaños, y se cree que da buena suerte para el resto del año.
Manduguk, se prepara cociendo *mandu* (*dumplings*) relleno con carne picada y otros rellenos en un caldo de ternera.
Tang(탕), guisos:
Galbitang, hecha principalmente de costilla corta de buey con buey estofado, *daikon*, cebolla y otros ingredientes.
Oritang (오리탕), se hace cociendo a fuego lento pato y diversa verdura (*ori*significa 'pato' y *tang* es otro nombre para el *guk* en coreano). Aunque su receta cambia según la región y el gusto, la sopa suele ser clara.

Samgyetang (삼계탕): *sopa de pollo al ginseng*. Los ingredientes principales del plato son la carne de pollo, el arroz glutinoso y el ginseng, el jujube seco, el jengibre y el ajo.
Seolleongtang (설렁탕): elaborada con hueso de pierna de buey típica de la cocina coreana. Se trata de una sopa de simple elaboración que emplea como condimentos tan sólo sal y cebolleta finamente picada
Maeuntang (매운탕): sopa de pescado picante de la gastronomía de Corea cocida con *gochujang* (pasta de pimiento chile rojo), *kochukaru* (chili molido) y diversa verdura.
Gamjatang (감자탕, "pork spine stew"): sopa picante coreana hecha con espina de cerdo, verdura, cebolleta, pimiento picante y semilla de sésamo silvestre molido.
Daktoritang (닭도리탕) : Guiso picante de pollo con patatas. Riquísimo!
Chueotang(추어탕) Sopa de lisa (o locha) viva. El pescado está aún viva cuando se introduce en la cacerola hirviendo.
Jjigae(찌개), similar a los estofados occidentales. Un jjigae típico está fuertemente aliñado con chiles y se sirve a los comensales hirviendo.
Doenjang jjigae (된장찌개): hecho con *doenjang* (pasta de soja fermentada) e ingredientes disponibles, como verdura, setas, marisco o *dubu*(tofu).
Cheonggukjang jjigae (청국장찌개): El *cheonggukjang* es una pasta de soja fermentada muy pestosa. El estofado incluye a menudo otros ingredientes, como patata, cebolla y tofu.
Gochujang jjigae (고추장찌개): estofado de pasta de chili. Solo para valientes.
Kimchi jjigae (김치찌개): hecho con *kimchi* y otros ingredientes tales como cebolletas, cebollas, tofu en dados, cerdo y marisco (si bien el cerdo y el marisco no suelen usarse en la misma receta).
Sundubu jjigae (순두부찌개): picante hecho con *dubu* (tofu), marisco, verdura, champiñones, cebolla, cebolleta y *gochujang* o *gochu garu* (guindilla molida).
Saeujeot jjigae (새우젓찌개), guiso de salsa de gambas fermentadas.
Budae jjigae (부대찌개): Poco después de la Guerra de Corea, la carne era escasa en Seúl (Corea del Sur).
Jeongol (전골): El *jeongol* es parecido al tipo de guisos coreanos llamado *jjigae*, con la importante diferencia de que estos suelen hacerse con un solo ingrediente principal y se llaman por él (como en el caso del *gimchi jjigae* o el *sundubu jjigae*), mientras el *jeongol* cuenta generalmente con una variedad de ingredientes principales.
Sinseollo (신선로), consistente en albóndigas, *jeonyueos* (전유어) pequeños y redondos, champiñones y verduras cocinados en un caldo rico. Es un tipo de *jeongol* (estofado elaborado parecido a la sopa de pescado).
Gopchang jeongol (곱창전골), hecho cociendo tripa de ternera, verdura y condimentos en caldo de ternera.

6. Arroz
Bibimbap (비빔밥): Literalmente significa "arroz mezclado" o "comida mezclada". Consiste en un cuenco de arroz con vegetales y carne encima
Boribap (보리밥): Arroz de acompañamiento ligeramente cocido.
Nurungji (누룽지): elaborada con arroz chamuscado.
Ogokbap (오곡밥): El arroz de los cinco cereales. Es una mezcla de arroz, alubias rojas, alubias negras, mijo y sorgo.
Patbap (팥밥): arroz con alubias rojas.
Kongnamulbap (콩나물밥): arroz con brotes de soja, comúnmente acompañado con cerdo.
7. Guksu (fideos)
Naengmyeon (냉면): Consiste en diversas variedades de fideos finos elaborados a mano, hechos típicamente de harina de *kudzu* (칡 냉면, *chilk naengmyeon*) o alforfón (메밀 냉면, *memil naengmyeon*), si bien también hay versiones precocinadas de alga y té verde, y se sirve tradicionalmente en un bol gran de acero con un caldo espeso ácido, verdura cruda en juliana, trozos de pera coreana y a menudo huevo duro o ternera fría.
Japchae (잡채): elaborado de batata y fideo celofán (denominados *dang myeon*), preparados stir fried en aceite de sésamo con carne de vaca en tiras y todo ello mezclado con diversos verduras (generalmente zanahorias cortadas en juliana, cebollas, espinacas y setas), todo ello saborizado con salsa de soja y endulzado ligeramente con algo de azúcar.
Jajangmyeon (자장면): derivado de la receta china *zhajiang mian*. Consiste en fideos gruesos de trigo cubiertos con una salsa espesa hecha de *chunjang* (una pasta de soja salada negra), carne y verdura en dados y a veces también marisco.
Kalguksu (칼국수): consistente en fideos de harina de trigo hechos a mano y cortados que se sirven en un bol grande con caldo y otros ingredientes. Se considera tradicionalmente un plato de temporada, consumido predominantemente en verano.
Sujebi (수제비): es una sopa tradicional coreana consistente en copos de masa cortados gruesamente a mano, con diversa verdura.
Makguksu (막국수), fideos de alforfón servidos en caldo helado. Es una especialidad local de la provincia de Gangwon (Corea del Sur) y su capital, Chuncheon.
Jaengban guksu (쟁반국수), fideos fríos que se sirven en un gran plato. Es un plato para compartir, por ese su gran recipiente. Al no tener caldo se pueden comer con palillos
Bibim guksu (비빔국수), es un plato frío hecho con fideos de harina de trigo muy finos llamados *somyeon* y condimentos añadidos, y uno de los platos tradicionales de fideos más populares en la gastronomía de Corea.

Ramyeon (라면): Versión coreana del famoso ramen. Sin duda mi receta de fideos favorita.
Janchi guksu (잔치국수): fideos de harina de trigo en un caldo ligero hecho a partir de anchoas y a veces también de *dasima* (*kombu*). El caldo de ternera puede sustituirse por caldo de anchoa.
8. Banchan (acompañamientos)
Kimchi (김치): La receta más extendida utiliza como ingrediente básico un vegetal conocido como col china (en coreano 배추 "baechu"), cuya forma es similar a la de una lechuga, aunque existen otras recetas en las que se utilizan como ingrediente básico rábanos o pepinos.
***9. Namul* (Verduras cocidas)**
Saengchae(생채)**,** es como una ensalada condimentada con sal, vinagre, salsa de soja o mostaza:
Oisaengchae (오이생채) – pepino en salsa de gochujang.
Doraji saengchae (도라지생채) – con flores de campanilla china.
Sukchae (숙채) verduras de temporada ligeramente cocidas.
Kongnamul (콩나물) – *banchan* (acompañamiento) aliñado elaborado con brotes de soja.
Japchae (잡채) – elaborado de batata y fideo celofán (denominados*dang myeon*), preparados stir fried en aceite de sésamo con carne de vaca en tiras y todo ello mezclado con diversos verduras (generalmente zanahorias cortadas en juliana, cebollas, espinacas y setas), todo ello saborizado con salsa de soja y endulzado ligeramente con algo de azúcar. Se suele servir decorado con semillas de sésamo y tiras de chili.
Gimbap (김밥) es un plato muy popular en Corea tiene como producto base el arroz blanco cocido, que suele ser sazonado ligeramente con sal y aceite de sésamo o aceite de perilla.
Tteokbokki (떡볶이): es un popular aperitivo coreano comprado habitualmente a vendedores callejeros o en *pojangmachas*.
Soondae (순대): hecho habitualmente hirviendo o cociendo al vapor tripas de vaca o cerdo rellenas con ingredientes variados.
Hotteok (호떡) : es un tipo de *tteok* (panqueque coreano), popular.
Hobbang (호빵), es un aperitivo caliente que se consume en toda Corea del Sur. Consiste en una bola de harina de arroz precocinada con algún relleno, como*anko* (pasta de judía dulce).
Beondegi (번데기) : es un *snack* popular en la gastronomía de Corea. Se trata de pupas de gusano de seda hervidas o al vapor que se condimentan y toman como aperitivo.
Bungeoppang (붕어빵) es el nombre coreano del pastel con forma de pez japonés llamado *taiyaki*. El *bungeoppang* se preparan usando un utensilio parecido a una gofrera.

Anju **(안주)**, es un término general para un acompañamiento coreano consumido junto a una bebida alcohólica (a menudo *soju*). Algunos de estos acompañamientos son diferentes de los *banchan* o guarniciones que acompañan a los platos coreanos normales.
Jokbal (족발): consistente en manitas de cerdo cocinadas con salsa de soja y especias. Las manitas de cerdo se limpian bien y se ponen a hervir puerro, ajo, jengibre, *cheongju* (vino de arroz) y agua.
Jeon (전), Se llama ***jeon*** (hangul 전), ***buchimgae*** (부침개), ***jijimgae*** (지짐개) o***jijim*** (지짐) a diversos platos similares a panqueques de la cocina coreana.

Fuente: Elaboración propia con información extraída del portal muy lejano "Platos típicos de Corea", recuperado el 04 de noviembre del 2016 de http://www.muylejano.com/portal/platos-tipicos-de-corea/ .

Un gran número de mexicanas fans del k-pop por lo menos una vez en su vida en el periodo de tiempo que llevan como fans han probado un platillo coreano o por lo menos han tenido el deseo de hacerlo, normalmente los coreanos suelen alabar el sabor de su comida y esto queda demostrado en todos los programas que realizan de televisión o entretenimiento, suele haber un producto para comer o beber.

Estos productos con fines alimenticios en su mayoría suelen usar estrategias comerciales básicas como el ocupar a los artistas más populares de Corea del Sur para promocionarlos que normalmente son idols o actores, debido a estas campañas el éxito de sus productos suele ser superior a como lo harían normalmente, la curiosidad que han causado por las fans extranjeras ha causado que en el buscador de internet en alguna ocasión tecleen restaurantes coreanos y su localización en su país.

Debido al auge del k-pop, muchas fans en especial las mexicanas desean conocer todo sobre sus idols su cultura, tradiciones y en especial la comida, desean probar los mismos platillos que ellos para poderse sentir más cerca de ellos o por lo menos experimentar el mismo sabor que ellos a través del paladar.

Como se ha mencionado con anterioridad incluso las agencias de k-pop han comenzado a lanzar productos de comida con imágenes de idols o de sus grupos,

normalmente los alimentos que crean con estas marcas son instantáneos como sopas o con fecha de caducidad que sea tardía, pero lo más importante son productos que pueden ser enviados a todo mundo sin correr el riesgo de que puedan sufrir algún daño en el traslado, los alimentos de igual forma han sido una forma de vender k-pop a nivel nacional y mundial, es por medio de sus artistas que estos alimentos tienen un éxito en las ventas de forma impresionante, una vez más la mercadotecnia ha conseguido que los productos sean deseados en todo el mundo y que sus fanáticas siempre estén curiosas por los nuevos productos y a través de los envíos puedan experimentar lo mismo que con facilidad podría hacer una fan coreana.

La compañía SM Entertainment inicio una nueva tienda llamada SUM Market que fue un proyecto que se llevó a cabo en las tiendas surcoreanas, en diversos productos desde refrescos, papas, sopas, bebidas, etc. En estos productos se pueden encontrar imágenes de los idols o del grupo entero tanto en fotografías como en caricaturas de cada uno de ellos, mediante la promoción de sus idols los alimentos fueron un rotundo éxito principalmente en Corea pero también con las fanáticas extranjeras.



Figura 15: Productos coreanos por SMTOWN a la venta en SUM CAFÉ. Fotografía extraída del portal KPOP IDOLS http://kpopidols.com/bebidas-y-comida-de-exo-super-junior-shinee/

Es a través de muchas exposiciones o promociones que se brindan en redes sociales, muchas jóvenes suelen reunirse con su grupo de amigas para salir a comer a algún restaurant coreano, en la Cuidad de México existen un sinfín de lugares para conocer esta gastronomía, estos locales suelen encontrarse en Insurgentes Roma Sur y Norte y San Ángel.

En estas zonas de la Ciudad de México en el denominado barrio coreano es común encontrar en la calles a coreanos que por estudios, trabajo o por contar con doble nacionalidad habitan en esas zonas. La mayoría de los migrantes o nacidos en el país que cuentan con nacionalidad coreana, son empresarios a pequeña y grande escala, ya que la mayoría ellos cuentan con negocios comerciales como tiendas de conveniencia, cadenas de marcas de cosméticos, estéticas y restaurantes o cafeterías.

> "El mercado de acciones ofrece un mecanismo por medio del cual un hombre de negocios, sirviéndose de una planificación racional, puede abrir camino al progreso de su empresa".
> (Giddens 1994, 209). [6]

Cada día que transcurre, ellos han notado el aumento en sus negocios gracias al k-pop, el agrado y curiosidad por los productos coreanos se debe principalmente al pop coreano. Por medio de paquetería y contactos en Corea del Sur, es como consiguen los productos que son anunciados a través de las redes sociales, mismas a las que recurren cada día las jóvenes mexicanas.

Las tiendas de conveniencia muestran una gran variedad de productos coreanos desde ramyeon[36], jugo de aloe[37], kimchi[38], etc. En estas tiendas también se encuentran productos chinos o japoneses, pero son los productos coreanos los que suelen destacar entre ellos ya que son los más vendidos y consumidos tanto

[36] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219
[37] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219
[38] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

por coreanos como mexicanos estos productos van desde los $50 a los $300 aproximadamente.

Los productos que se encuentran fuera de las tiendas de conveniencia son principalmente los de maquillaje, una de las más conocidas marcas Tony Moly[39] o Missha[40], en donde se encuentran los productos coreanos más cuidadosos con la piel de las jóvenes y son consumidos por muchas de ellas.

Estos productos van aproximadamente desde los $400 a $1500 *aproximadamente. Suelen ofrecer promociones y pruebas de maquillaje para que* las jóvenes mexicanas continúen consumiéndolos. De igual forma algunas familias coreanas que residen en México cuentan con estéticas para dar gusto a sus clientes coreanos o mexicanos con productos de belleza, cortes o cambios de imagen.

Los establecimientos más conocidos entre las jóvenes sin duda son los restaurantes y cafeterías coreanas, el deseo por descubrir más sobre la cultura coreana las hace investigar por el internet o mediante sus amigas conocen distintos restaurantes, en su mayoría estos establecimientos cuentan con redes sociales y en especial mediante Facebook lanzan sus promociones o nuevos platillos con los que cuentan para que día a día los jóvenes asistan por curiosidad a ellos. Es en los fines de semana en donde regularmente se les ve a las jóvenes mexicanas comiendo en establecimientos como K-popramyon[41], Don doeji[42], Nadefo[43], Biwon[44], O´Mandu[45], etc, los precios van desde los $200 hasta los $700 aproximadamente.

---

[39] Para mayor información consultar la página de internet http://tonymoly.mx/store/
[40] Para mayor información consultar la página de internet http://www.misshamexico.com/
[41] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/kpramyon/
[42] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/restaurantedon/
[43] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/pages/Nadefo/493607990762673?fref=ts
[44] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/pages/Biwon-Restaurante-Coreano/220236034752726
[45] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/Omandu-pan-al-vapor-193664044017039/?fref=ts

De igual forma se observaron en esas zonas tomando alguna bebida en Gurunaru[46], una marca coreana muy famosa que incluso ha sido protagonista de distintas telenovelas o programas coreanos, pero en México tuvo una firma de autógrafos por parte del integrante del grupo de k-pop Kim Kyu Jong el 15 de octubre del 2014, como forma de acercarse a sus fans mexicanas el artista la realizó en un establecimiento que es conocido en su mayoría por la jóvenes mexicanas, los precios en este establecimiento son de $50 a $200 aproximadamente.

El auge de esta cultura influye en muchas de las fans mexicanas que por lo menos una vez al mes acuden a estos establecimientos a comprar los nuevos productos de belleza, alimentos o bebidas novedosas que lanzan al mercado de acuerdo a temporadas.

Uno de los más conocidos es Kp ramyon, es importante señalar que también cuentan con formas de celebrar cumpleaños o reuniones de fans mediante reservaciones, de acuerdo a ciertos meses los clubs de fans se reúnen para celebrar el aniversario o cumpleaños de sus idols, pues esto según ellas es una forma de sentirse un poco cerca de ellos y demostrarles la admiración que sienten las mexicanas hacia ellos.

Para las personas que no están familiarizadas con el k-pop o con lo relacionado a la cultura coreana pueden informarse por medio de los numerosos reportajes sobre la cultura coreana en nuestro país, en donde muestran algunos de los mejores restaurantes coreanos de los que se pueden disfrutar en la Cuidad de México, los precios, ubicación y horario de los mismos.

[46] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/CoffineGurunaruMexico/

1.7 Matrimonios y relaciones sentimentales internacionales

Corea del Sur anteriormente se caracterizaba por ser un país homogéneo, generalmente era muy cerrado al paso de los extranjeros con el paso del tiempo y la globalización comenzó a darles oportunidad para que ingresar al país de forma parcial o permanente ya sea por trabajo, estudios o matrimonio.

De acuerdo a Yongmook Lim y Montserrat Piñeiro, en su artículo de la revista ñ. "Matrimonios biculturales, beneficios de la heterogeneidad" (2013)[47] los matrimonios bioculturales son cada vez más abundantes, contrastando con las ideas que las personas mayores coreanas aún conservan; haciendo referencia a preservar la sangre coreana, evitando los matrimonios con personas de otras razas.

Según datos de la Agenda Oficial de Corea[48] en el año 2014, el número de personas nacidas en el extranjero que se encontraban en el país fue de 1,57 millones, y la cantidad de personas nacidas en el extranjero casadas con surcoreanos ascendió a 240.000. Había 850.000 trabajadores inmigrantes en Corea.

Las ideas que tenían las personas adultas en Corea del Sur sobre la preservación de la descendencia entre solo personas coreanas han sido desechadas por algunos de los jóvenes coreanos. Una de las principales causas se debe a que han comenzado a tener otras ideas y si se enamoran de una persona de su misma nacionalidad o de otra. Una de las razones es debido a que comienzan a ver otros horizontes en el mundo y han sido testigos de que el amor no conoce fronteras, idioma, edad, ni clase social.

---

[47] Información obtenida del articulo electrónico http://www.revistancorea.com/sociedad/matrimonios-biculturales-beneficios-de-la-heterogeneidad/

[48] Información obtenida de la página de internet http://spanish.korea.net/AboutKorea/Society/Transformation-Multicultural-Society

Los viajes a otros países por estudios, negocios o turismo han logrado unir a personas con distinta cultura y Corea del Sur ha sido de las mayores en pasar por esta transformación ya que se está convirtiendo en una sociedad multicultural.

De acuerdo a un artículo publicado en el 2005 por el periódico, El Universal[49] los matrimonios de coreanos con extranjeros se han comenzado a popularizar en especial son coreanos los que asisten a agencias matrimoniales para poder conseguir una esposa foránea ya que se asegura que las mujeres coreanas son muy exigentes en los aspectos de estética y económica puesto que la mayoría desea altos estándares de vida, por lo que hombres que permanecen solteros pero ya cuentan con una edad avanzada han comenzado a asistir a estas agencias matrimoniales para encontrar una esposa extrajera que acepte su condición física y económica.

La migración se ha desarrollado desde años atrás, este fenómeno se presentado en todo el mundo y de igual forma ha cambiado al paso del tiempo. Por ello en todo el mundo para tener un mayor orden de la situación migratoria implementa leyes y requisitos a los migrantes. Corea del Sur ha tenido que implementar nuevas políticas y programas migratorios por el aumento de matrimonios internacionales entre coreanos y extranjeros.

En el portal Korea Immigration Service[50] (Servicio coreano de inmigración) es posible conocer los programas que se han implementado en apoyo a los inmigrantes de Corea del Sur:

1. El 10-03-2016 se realizó el 1er programa "Korea Priority Card Program" 출입국심사[51] (Programa de Tarjetas Prioritarias de Corea), en el programa

[49] Periódico en línea consultado en la página de internet http://archivo.eluniversal.com.mx/estilos/43364.html
[50] Información obtenida de http://www.immigration.go.kr/HP/COM/bbs_03/BoardList.do
[51] Información obtenida de http://www.immigration.go.kr/doc_html/attach/imm80/f2016//20160310250073_1_Korea%20Priority%20Card%20Program.pdf.files/PDFBook.html , para mayor información consultar la página de internet mencionada al inicio de la referencia

se menciona:

"The Ministry of Justice, along with the Ministry of Culture, Sports and Tourism, implements the "Korea Priority Card Program" which provides high-class immigration services to foreign tourists with high purchasing power. The program is a part of the major government project called "Realization of High Value-Added Korean Tourism Industry Convergence".

(El Ministerio de Justicia, junto con el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo, implementa el "Programa de Tarjetas Prioritarias de Corea", que ofrece servicios de inmigración de alto nivel a turistas extranjeros con alto poder adquisitivo. El programa forma parte del proyecto gubernamental más importante denominado "Realización de la Convergencia de la Industria Turística Coreana de Alto Valor Agregado).

"Foreigners who whist o enter the Republic of Korea under the purpose of tourism, who satisfy at least one of the following conditions, and who are perceived to be beneficial for the promotion of domestic tourism industry or national interest may apply for the Korea Priority Card".

(Los extranjeros que ingresen a la República de Corea con fines de turismo y que satisfagan una de las condiciones y que se perciban como beneficiosos para la promoción de la industria turística nacional o de interés nacional pueden solicitar la Tarjeta de Prioridad de Corea).

2. El 23-03-2016 se realizó el 2do programa "Initial Adjustment Support Program for Immigrants" 사회통합[52] (Programa Inicial de Apoyo al Ajuste para Inmigrantes):

"Initial Adjustment Support Program for Immigrants offers education on knowledge and information necessary to adjust to life in Korea to any foreigners arriving in Korea for the first time. It is aimed at minimizing difficulties in settlement arising from institutional and cultural differences".

(El Programa de Apoyo al Ajuste Inicial para Inmigrantes ofrece educación sobre el conocimiento y la información necesaria para adaptarse a la vida en Corea a cualquier extranjero que llegue a Corea por primera vez. Está dirigido a minimizar las dificultades de solución que surgen de las diferencias institucionales y culturales).

[52] Información obtenida de http://www.immigration.go.kr/HP/COM/bbs_03/ListShowData.do?strOrgGbnCd=104080&strFilePath=imm80/&strRtnURL=IMM80_3010&strNbodCd=noti0090&strNbodCd=noti0090&strWrtNo=2780&strAnsNo=A&strThisPage=1

3. Finalmente de igual forma el 23-03-2016 se implemento el 3er programa "Korea Immigration and Integration Program, KIIP" 사회통합 (Programa coreano de inmigración e integración)[53]:

"The KIIP offers immigrants with education for social integration (Article 39, 40 of Immigration Act) aimed at helping foreigners to have a systematic understanding of basic requirements (Korean language & culture, Understanding Korean society, and others) to adapt to life in Korea and stand on their own foot as a sound member of the Korean society".

(El KIIP ofrece inmigrantes con educación para la integración social (Artículo 39, 40 de la Ley de Inmigración), con el objetivo de ayudar a los extranjeros a tener una comprensión sistemática de los requisitos básicos para adaptarse a la vida en Corea y De pie en su propio pie como un miembro sólido de la sociedad coreana).

"Internationally, the immigration authorities are increasingly away from the passive attitude of evaluating eligibility of a foreigner as a member of society when granting a visa or nationality toward the strengthening of immigrants' social integration through language training and education for promoting their understanding of the society".

(A nivel internacional, las autoridades migratorias están cada vez más alejadas de la actitud pasiva de evaluar la elegibilidad de un extranjero como miembro de la sociedad al otorgar una visa o nacionalidad para fortalecer la integración social de los inmigrantes mediante la formación lingüística y la educación para promover su comprensión de la sociedad).

Los programas 2 y 3 ofrecen a las parejas de coreanos, lecciones para aprender el idioma debido a que el principal propósito del gobierno es que comiencen a adaptarse a la cultura y el idioma es uno de los principales factores que se necesita para que esto se lleve acabo. Además se desea evitar que las personas extranjeras sean maltratadas por sus parejas coreanas por falta de entendimiento y desconocimiento de los derechos que Corea del Sur les concede, pero también las obligaciones que deben cumplir.

[53] Información obtenida de http://www.immigration.go.kr/HP/COM/bbs_03/LlstShowData.do?strOrgGbnCd=104080&strFilePath=imm80/&strRtnURL=IMM80_3010&strNbodCd=noti0090&strNbodCd=noti0090&strWrtNo=2781&strAnsNo=A&strThisPage=1 . Para mayor información consultar https://www.socinet.go.kr/soci/main/main.jsp?MENU_TYPE=S_TOP_SY

La legalización de la residencia es el principal tramite que deben cumplir con el gobierno de Corea del Sur, por ello uno de los trámites que realizan la mayoría de los residentes extranjeros para continuar en el país por mayor tiempo, es el mencionado por el departamento de extranjeros en Corea del Sur[54] en donde señala a los interesados que para obtener la nacionalidad para residir por más de 5 años en Corea del Sur deben:

3. Tener un domicilio registrado en Corea del Sur por más de 5 años
4. Ser legalmente mayor de edad de acuerdo a la ley coreana
5. Poder sostenerse económicamente de manera propia o por alguna persona
6. Tener el conocimiento apropiado de la nación, cultura y lenguaje

Los cónyuges inmigrantes conforman una parte importante de la sociedad, debido al cambio de cultura al que se deben de enfrentar, pero conforme residen en ese país se adaptan a el. Incluso algunos extranjeros relatan cosas cómicas que les acurren residiendo en Corea del Sur como el hecho de que las personas mayores son las que suelen verlas con sorpresa al pasar por la calle, contrariamente los jóvenes y niños se han acostumbrado a ver entre las calles de su país a personas coreanas y extranjeras, que ya no les parece extraño.

Al igual que Corea del Sur, nuestro país siempre se ha caracterizado por ser multicultural, desde los tiempos de la conquista nuestra población es de las mayores en cuanto a mezclas de raza, incluso en la actualidad hay personas que suelen tener descendientes de distintos países.

De acuerdo con el estudio del INEGI "Los Extranjeros en México" en el año 2000[55] La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su CAPÍTULO III, DE LOS EXTRANJEROS:

---

[54] Información obtenida de http://www.hikorea.go.kr/pt/InfoDetailR_en.pt

[55] Información extraídas de http://www.politicamigratoria.gob.mx/work/models/SEGOB/CEM/PDF/Biblioteca_D/56.Extranjeros_en_mex(en%20red)inegi.pdf pág. 12

El artículo 33, establece que son extranjeros los que no posean las calidades determinadas en el artículo 30. La nacionalidad mexicana se adquiere por nacimiento o por naturalización, y en sus incisos A y B, con sus respectivas fracciones estipula bajo qué condiciones se es ser mexicano por nacimiento o por naturalización. Además en su artículo 73, fracción XVI, establece que es facultad del Congreso de la Unión expedir leyes sobre nacionalidad, condición jurídica de los extranjeros, ciudadanía, naturalización, emigración e inmigración.

La Ley General de Población (LGP) en su Capítulo III; artículo 41, determina que, un extranjero podrá internarse legalmente al país bajo dos calidades migratorias diferentes, No Inmigrante e Inmigrante. En su artículo 42 establece, que el No Inmigrante, es el extranjero que con permisò de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) se interna en el país temporalmente, dentro de alguna de las siguientes características: turista, migrante, visitante, ministro de culto o asociado religioso, asilado político, refugiado, estudiante, visitante distinguido, visitantes locales, visitante provisional y corresponsal.

Por su parte, el artículo 44 estipula que, el Inmigrante es el extranjero que se interna legalmente en el país con el propósito de radicar en él, en tanto adquiera la calidad de Inmigrado. Finalmente, el artículo 48 señala que las características bajo las cuales ingresa el Inmigrante son: rentista, inversionista, profesional, científico, técnico, cargo de confianza, familiares, artistas y deportistas, y asimilados. Es necesario tener presente que el INEGI para la generación de información estadística, sigue las recomendaciones metodológicas internacionales de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Cuadro 1.

Población extranjera residente en México por país de nacimiento

2000		2010	
País	**Total**	**País**	**Total**
Total	492 617		961 121
Estados Unidos	343 591	Estados Unidos	738 103
Guatemala	23 957	Guatemala	35 322
España	21 024	España	18 873
Cuba	6 647	Colombia	13 922
Argentina	6 465	Argentina	13 696
Colombia	6 215	Cuba	12 108
Canadá	5 768	Honduras	10 991
Francia	5 723	Venezuela	10 063
Alemania	5 595	El Salvador	8 088
El Salvador	5 537	Canadá	7 943
Italia	3 904	Francia	7 163
Chile	3 848	China	6 655
Perú	3 749	Alemania	6 214
Honduras	3 722	Perú	5 886
Japón	2 936	Chile	5 267
Venezuela	2 823	Italia	4 964
Nicaragua	2 522	Nicaragua	3 572
Brasil	2 320	Brasil	4 532
China	1 754	China	6 655
Corea del Sur	327	Corea del Sur	3 960
Otros	34 190	Otros	27 081

Fuente: Wikipedia La enciclopedia libre, "Estadísticas históricas de inmigración en México".

INEGI:Censo de Población y Vivienda 2010. Informativo oportuno. Conociéndo...nos todos. Consultado el 26 de octubre de 2011.

Fuente: Valencia, A. (s. f) en UNAM "¿Donde están y cuántos son?", en Inmigración y diversidad cultural. Los mexicanos que nos dio el mundo. Recuperado de http://www.nacionmulticultural.unam.mx/inmigracionydiversidadcultural/creditos/

Es común que en nuestro país nos encontremos a alguna persona de color, asiático o caucásico, normalmente se agrupan y suelen vérseles en distintas zonas de nuestro país sobre todo en la Cuidad de México que cuenta con distintos barrios en donde comunidades extranjeras se agrupan como la comunidad coreana que suele residir en zona rosa.

El número de personas coreanas en nuestro país de igual forma ha aumentado en el cuadro 9, nos muestran datos sobre censos realizados en el periodo 2000 al 2010 en los cuales suele notarse el gran aumento de personas coreanas que residen en nuestro país se ha multiplicado aproximadamente 12 veces más a lo largo de 10 años, la comunidad coreana creció significativamente en nuestro país y sobre todo en la Cuidad de México es en donde cuentan con establecimientos en los cuales pueden encontrar todas las marcas coreanas.

En las calles de la Cuidad de México en tiempos anteriores era extraño la mezcla de razas entre mexicanas y asiáticos en la actualidad esto ha cambiado significativamente ya que no es extraño encontrarse parejas de novios, esposos, jóvenes el mismo sexo o jóvenes de diferentes nacionalidades que por obra del destino y sin importar el idioma cuentan con una relación amorosa.

En México siempre ha existido la aceptación a los extranjeros, en especial con los nuevos lazos comerciales y políticos, los extranjeros han comenzado a notar a nuestro país o incluso existen personas que suelen tener raíces de dos o más países de diversos continentes. El contar con distintos tipos de genes ahora en ambos países ha comenzado a ser aceptado e incluso se ha vuelto popular ya que como ventaja las personas con raíces de doble nacionalidad suelen hablar los idiomas que conocen sus padres, se vuelven bilingües o incluso trilingües desde la infancia, además de que conocen varias culturas que forman parte de su origen.

Es por ello que como forma de apoyo en nuestro país se ha comenzado a dar mayor facilidad para que las personas mexicanas puedan contraer de forma legal

matrimonio con personas de misma nacionalidad o extranjeros, con mensajes sobre que el amor no tiene fronteras invitan a los mexicanos y mexicanas a legalizar su matrimonio con extranjeros, mediante una serie de pequeños tramites.

Cuadro 10

Secretaría de Gobernación
Instituto Nacional de Migración

Autorización para que un extranjero pueda contraer matrimonio con mexicano

Conforme al Manual de Criterios y Trámites Migratorios del Instituto Nacional de Migración, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de enero de 2010.

Forma de presentación del trámite	
Formato Migratorio para Trámite de Estancia, llenado de manera electrónica a través de la página de internet (www.inm.gob.mx), con firma autógrafa del extranjero.	
Requisitos	
1	**Forma migratoria vigente** (copia).
2	**Pasaporte o documento de identidad y viaje, únicamente si la forma migratoria es FMM** (copia de las páginas de los datos, vigencia y fotografía).
3	**Carta firmada por los presuntos contrayentes, dirigida al INM, en la que declaren, bajo protesta de decir verdad, que ninguno tiene impedimento legal para contraer matrimonio, e indicando el número de la oficialía o del juzgado del registro civil en donde se realizará el matrimonio, la entidad federativa, el municipio y la localidad en donde se ubica el mismo, y la fecha en la que se llevará a cabo el matrimonio.**
4	**Documento que acredite la nacionalidad del presunto contrayente mexicano** (acta de nacimiento, certificado de nacionalidad mexicana, carta de naturalización o pasaporte; a falta de estos documentos, se podrá acreditar la nacionalidad mediante cualquier elemento que de conformidad con la ley, lleve a la autoridad a la convicción de que se cumplieron los supuestos de atribución de la nacionalidad mexicana, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3º de la Ley de Nacionalidadoriginal y copia para su revisión)
5	**Identificación oficial vigente del presunto contrayente mexicano** (credencial para votar, pasaporte mexicano o cédula profesional).
6	**Comprobante de pago de derechos** (original y copia; solicite la hoja de ayuda en la delegación en donde realice su trámite): Por la expedición del permiso: $2,980.00, con fundamento en el Artículo 13, fracción I de la Ley Federal de Derechos.
Acreditación de personalidad jurídica	
En caso de que el interesado realice el trámite a través de un representante legal, éste acreditará tal carácter con poder otorgado o ratificado ante fedatario público, o carta poder firmada ante dos testigos, o bien autorización en su propio escrito, presentando además copia legible de identificación oficial vigente (con fotografía y firma) del otorgante, del representante legal y de los dos testigos. También se puede otorgar poder mediante los formatos migratorios.	

Fuente: El cuadro de datos fue consultado en la página de internet del Instituto Nacional de Migración. Recuperado de http://www.inm.gob.mx/static/tramites/Estancia/Permisos_y_Certificaciones/AutorizacionparacontraerMatrimonio.pdf

Debido al auge del k-pop muchas jóvenes mexicanas han comenzado a sentirse atraídas por los jóvenes coreanos, muchas de ellas tienen como propósito salir o incluso casarse con algún joven asiático ya que suelen definirlos como muy diferentes a los mexicanos ya que son educados para proteger a la mujer y siempre estar al pendiente de ella tanto de manera emocional como económica,

los coreanos suelen ser reconocidos a los largo del mundo porque al enamorarse pueden olvidar todo y concentrarse en dar todo por su amada aunque sea de distinta nacionalidad y que ello implique un amor a larga distancia, muchas mexicanas tienen interés en los jóvenes coreanos para tener una relación sentimental o incluso llegar al matrimonio.

Lo que comenzó como amor a la música ha cambiado incluso sus intereses sentimentales, los coreanos suelen ser representados tanto en la televisión como en la vida real como dispuestos a dar todo por el amor, a esforzarse cada día por ser los mejores y asegurar un buen futuro o simplemente como los padres dispuestos a dar lo mejor de sí para su esposa e hijos.

Las familias coreanas cuentan con una gran unión, suelen aparentar ante la sociedad el hecho de que los padres suelen llevarse muy bien con sus hijos y esposa, son educados para casarse hasta que la muerte los separe, les inculcan la idea de que el hombre debe ser el proveedor del hogar y siempre debe haber un tiempo para los hijos, dedicarse a trabajar para que ellos asistan a las mejores universidades. Son unos de los factores que más admiran las mexicanas ya que toda mujer desea tener seguridad tanto hacia ellas como a los hijos.

Algunas mexicanas por medio de internet, escuela o amigos han conocido a jóvenes coreanos de los que se han hecho pareja, la mayoría de ellos se comunican en español son los coreanos los que los hablan, pero de igual forma se comunican en ingles. Incluso comenzaron su relación por internet pues por simple curiosidad en la descarga de aplicaciones para aprender el idioma coreano, han surgido estas relaciones amorosas.

Es tan fuerte el vínculo de estas personas que la mayoría se encuentran casadas y viviendo en Corea del Sur, los coreanos tienen el concepto de que las latinas siempre están enamoradas y son madres responsables pues dan todo por sus hijos, mientras que las coreanas que no son en su mayoría, existen excepciones

suelen ser denominadas como "interesadas", pues desean que sus parejas cuenten con puestos ejecutivos, que sean empresarios o hereden los bienes patrimoniales de su familia, además suelen comportarse de forma fría en comparación con una latina.

La mayoría de estas parejas llegan hasta el matrimonio o viven juntos actualmente y uno de los mayores obstáculos que suelen enfrentar son el idioma, distancia o la familia ya que en ambas culturas el matrimonio con extranjeros es algo distinto a lo que la sociedad está acostumbrada.

Debido al crecimiento de los matrimonios internacionales en Corea del Sur incluso algunas televisoras han comenzado a crear programas que contengan episodios en donde se narra la vida de distintos extranjeros en una relación sentimental o casados con coreanos tanto hombre y mujeres como el programa "My Neighbor Charles"[56] de la televisora KBS que tiene como finalidad tiene, mostrar la vida de los extranjeros en Corea del Sur de forma temporal como permanente, las barreras que suelen tener como el idioma o el desconocer completamente la cultura o el extrañar a su país y familia.

Por medio de este tipo de programas los extranjeros tienen una visión de forma real en como es la vida en el país surcoreano a la que tanto aspiran como lo suele hacer la mayoría de las jóvenes k-popers en especial las latinas, que sueñan con ir a viajar o quedarse permanentemente allá.

En los episodios de este programa generalmente muestran a personas que están a punto de casarse o que llevan una relación sentimental duradera con algún coreano o con una persona de su lugar de origen, normalmente las personas extranjeras deciden quedarse en el país surcoreano por motivos amorosos, ya que su pareja reside o cuenta con la nacionalidad.

---

[56] Para mayor información consultar el canal de Youtube en https://www.youtube.com/playlist?list=PLMf7VY8La5RHZ0oBXCxhCOaHrazM8r0V0

El amor que tienen unos con otros ha causado que se deban de adaptar a nuevos aspectos de su vida desde los alimentos hasta los comportamientos que deben tener para distintas personas como adultos, jefes, niños que suelen variar de acuerdo al establecimiento en donde se encuentren como la escuela, el trabajo, etc.

Los matrimonios internacionales han sido algo que ha surgido por medio de la globalización, la necesidad de comunicarse con el extranjero ha hecho relaciones tanto comerciales como amorosas y esto puede ser visto en especial en el área de Insurgentes sur y norte, en donde la mayoría suelen reunirse para asistir a los restaurantes o establecimientos coreanos.

Esto se ha vuelto común en nuestro país, en especial en la Cuidad de México ya que se ha vuelto normal el ver a coreanos acompañados de jóvenes mexicanas que se encuentran en una relación sentimental o que porten un anillo de matrimonio. Las relaciones de amor que suelen llevarse a cabo entre mexicanas y coreanas suelen ser un éxito en las redes sociales como Facebook y en los video-blogs que se pueden crear en Youtube, estos videos en donde se cuentan historias de amor de coreanos con mexicanas también ha comenzado a compartirse en México.

Incluso hay mexicanas que viven en Corea del Sur como las propietaria de los canales de Youtube Km love, Latina Saram, Luprymy Vlog, Mesmi L y Mexi Corea cuentan en su canal de Youtube su historia de amor con su esposo o novio, en donde algunas explican que fue en México otras en Corea del Sur, de forma presencial, por amigos o mediante aplicaciones de internet que conocieron a sus parejas , incluso suelen hacer diferencias de los hombres pues ellas mencionan que los coreanos se preocupan en mayor forma de las relaciones mexicanas en comparación a como lo haría un mexicano, además mencionan algunos temas de interés para los espectadores pues mediante comentarios en las redes sociales

las mexicanas que residen en Corea del Sur conocen a su audiencia, de esta forma conocen los temas que les interesan para grabarlos más adelante.

Los principales temas tratados en sus canales de Youtube son:

7. El estudio del idioma coreano.
8. La relación que llevan con ellos y algunos conflictos que han sido generados debido a las diferencias culturales.
9. Nuevas oportunidades que han en México o que conseguido al estar en Corea, ya que algunas de ellas planean iniciar un negocio en Corea del Sur, han comenzado a ser profesoras de español e inglés o debido a su popularidad incluso se han vuelto promotoras para la unión de estos países mediante conferencias en México.
10. Planes a futuro.
11. Si piensan casarse o tener hijos.
12. Si ya han tenido la aceptación de la familia coreana de su pareja.
13. Su vida diaria en Corea del Sur, algunas de las características de cada persona (novio y novia) o (esposo y esposa).

Estas mexicanas en sus canales de Youtube relatan que el agrado por el país, las oportunidades laborales, pero principalmente amor por sus parejas es el mayor motivo por el cual continúan en ese país, todas mencionan que extrañan a su familia pues debido a la distancia no pueden verlas de forma frecuente sino que se comunican por medios electrónicos, redes sociales o mediante visitas poco frecuentes debido a que el costo del viaje es elevado.

Los videos que suelen ser subidos a la red tienen miles de visitas la audiencia que suele consultar estos canales de Youtube son jóvenes kpopers que después de conocer este género musical desean tener una relación sentimental o incluso contraer matrimonio con un coreano, sueñan con tener una historia de amor igual o parecida a la de estas mexicanas.

Capitulo 2 "Análisis de los factores sociales del k-pop que influyen en las jóvenes de la Cuidad de México"

2.1 El k-pop en la vida cotidiana de las mexicanas

El origen de la música no se sabe con certeza cuando fue que inicio, dado que todas las culturas han tenido inicios diferentes. La música desde siempre ha estado presente en la vida del hombre, desde nuestros antepasados y al paso de las décadas, cada país y periodo de tiempo se ha caracterizado por tener distintas composiciones musicales.

> "Lo que se llama música surge con un canto más o menos elaborado, donde la melodía es el principio fundamental de la música, opuesto al de la armonía que es secundaria. Canciones hechas alrededor de las fuentes, bien medidas con melodiosas inflexiones y finos acentos en las que poesía y música eran el más equilibrado y feliz de los lenguajes. Tal evocación del nacimiento de la música esta enmarcada, no es difícil descubrirlo, en la creencia muy roussoniana de que todo tiempo pasado, y vivido bucólicamente, es mejor que cualquier presente". (Montoya 2005, 59) [7]

La música siempre ha estado relacionada con la cultura de igual forma ha involucrado otros aspectos como la economía, la forma de comunicación, la expresión artística, entre otros factores. Ha estado presente desde eventos de ritos hasta tradiciones con danzas o festividades.

La música es universal y cada día está presente a lo largo del mundo, de una u otra forma siempre esta presente en nuestra rutina de vida, o incluso uno mismo suele divertirse con este medio tan impresionante. Conforme ha evolucionado el hombre de igual forma lo ha hecho la música, que con frecuencia se ha transformando conforme van pasando de generación en generación o conforme cambian los intereses de la población.

Anteriormente cada país era muy individualista en su música, pero ahora con el uso de las redes sociales y otros medios de comunicación ha favorecido el que muchos países tengan gustos similares o incluso se presente el intercambio musical entre artistas que realizan giras en su país natal o incluso internacionalmente.

A lo largo del tiempo incluso han sido los pocos artistas que han logrado estar presentes en la vida de las personas, mediante la música han conseguido que personas que se encuentren cerca o lejos de ellos, por medio de unas notas musicales puedan comunicarse. Han llegado a utilizar a la música de igual forma como un medio para poder imponer modas o forma de pensar entre la población, en especial la juvenil es como han conseguido clásicos, exóticos, liberación sexual, pacifistas, violentos, entre otras actitudes.

A lo largo del mundo es común que al entrar en una tienda de discos se pueda encontrar innumerables géneros musicales y artistas internacionales con canciones en su idioma original o traducido según sea su popularidad en otros países. En especial son los cantantes estadounidenses y británicos los que más auge han tenido debido a que sus canciones han pasado de generación como es el caso de Michael Jackson, Madonna, the Beatles, KISS, etc.

En nuestro país según los historiadores desde nuestros antepasados solían utilizar algunos instrumentos de piedra u otros materiales para poder rendir tributo a sus dioses, en sus batallas u otras actividades. Las primeras civilizaciones seguramente los primeros indicios de la música que escucharon fue el canto de las aves y de otros animales que conforme fueron evolucionaron más adelante ellos comenzaron a crear la propia.

En México las antiguas culturas, una de las civilización más conocidas en nuestro país por sus grandes descubrimientos son la maya que lucha por continuar con sus tradiciones musicales, con la llegada de los españoles y su influencia con

otros instrumentos la música mexicana se fue funcionando a partir de 1785 con el gobierno del virrey Bernardo de Gálvez y Madrid. Fue así como en el país se comenzó a considerar la música como un elemento importante del país, todos los estados de la republica que conforman el país han desarrollado expresiones musicales de acuerdo a sus tradiciones de cada uno, con variados ritmos y composiciones musicales.

Con el inicio del siglo XX aparecieron nuevos géneros musicales en especial extranjeros que comenzaron a invadir a nuestro país. A pesar de que México cuenta con un sin número de géneros musicales conforme los extranjeros van ingresando a nuestro país es como se va perdiendo el gusto por la misma, ahora ya no es común que a música típica de nuestro país se escuche en nuestro país como hace 40 años por ejemplo, en esos años solamente suele escucharse en los días festivos como el 15 de septiembre o el 20 de noviembre que es en donde la mayoría de los establecimientos o escuelas les coloca a los jóvenes estas canciones típicas, que los restantes días del año son abandonados.

Si bien es cierto que la sociedad se va modificando los gustos musicales también lo hacen y las preferencias de cada generación son muy diferentes unas de otras, pocas son las que comparte los mismos o por lo menos la inculcación de la misma.

Como menciona Néstor Canclini en su libro *Consumidores y ciudadanos* (1995)[57] en las épocas globalizadoras es común que la cuidad no esté constituida solo por lo que pasa en su territorio sino también por lo de extranjeros y migrantes, con mensajes procedentes de otros países, en el caso de la música conforme se abre paso a los extranjeros suele olvidarse por parte de los jóvenes la música mexicana.

[57] Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.

En los últimos años ha sido la música asiática que ha comenzado a tener gran auge en nuestra población juvenil, en especial son las jóvenes mexicanas las que suelen tener preferencia por la música extranjera, debido a que crecen en un mundo en donde la tecnología está a la orden del día. En nuestro día a día solemos observar en las calles que los jóvenes principalmente siempre llevan consigo sus aparatos reproductores de música o incluso en su mismo teléfono, reproducen distintos géneros musicales.

Normalmente una costumbre que comenzó con unos cuantos jóvenes con los primeros celulares que permitían reproducir música, cada vez fue más frecuente que los jóvenes que deseaban hacer un poco más ameno su día a día comenzaron a utilizar estos dispositivos para relajarse de forma sana.

Desde que despiertan y en su transcurso a la escuela o al trabajo los jóvenes mexicanos están en contacto con la música del transporte, la de la persona que va sentado al lado de ellos, del mercado al que asiste, de su escuela, compañeros de clase, etc. Para ellos es ameno el poder escuchar a sus artistas favoritos a lo largo de su vida, después de tener un episodio triste o feliz siempre es relajante un poco de música para la vida cotidiana.

Los jóvenes de la Cuidad de México cuentan con gustos musicales variados desde rock, salsa, cumbia, banda, k-pop, j-pop, entre otros. En las televisoras y revistas es frecuente que en especial la música extranjera se encuentre presente en los aparatos electrónicos de los jóvenes.

La juventud mexicana suele buscar su ritmo musical favorito y una vez que lo encuentra para sentirse más identificados busca compañeros o amigos con los mismos gustos musicales, ya que incluso por medio de la música se puede conocer la personalidad o forma de pensar que se cuenta, ya que es precisamente en la adolescencia en donde los jóvenes suelen encontrar su verdadero yo a

través de la identificación de sus preferencias conforme continúan creciendo y conociéndose a si mismos.

> "Influencia social se refiere a un cambio en los juicios, opiniones o actitudes de un individuo que son resultante de su exposición a los juicios, opiniones y actitudes de otros individuos". (De Montmollin, 1977, citado por Van 1992, 340). [8]

Los jóvenes en especial buscan expresarse a través de la música y en especial los jóvenes mexicanos suelen presentar distintos gustos musicales que incluso suelen ir por etapas o zonas, como señala Pier Bourdieu en su artículo *Espacio social y poder simbólico* (1988)[58] el mundo social se puede representar en espacio de varias dimensiones en donde sus campos se organizan de acuerdo a sus capitales de acuerdo a nuestra interacción es cómo vamos a ocupar el lugar que nos corresponde de acuerdo a nuestras posiciones sociales será como nos relacionemos normalmente con grupos que cuenten con uno similar al nuestro, la música es parte de la superestructura cultural, que como un producto agrupa a la sociedad en grupos de acuerdo a la preferencia musical.

> "Los diferentes estilos que adopten determinadas agrupaciones juveniles les proveerán de identidad, diferenciándolos respecto a otros grupos sociales (adultos, niños y otros grupos de jóvenes), definiendo así las culturas juveniles. Por ejemplo, en el caso de los jóvenes pertenecientes a comunidades populares, éstos construyen formas de ver al mundo de manera subalterna, emergiendo así nuevos referentes en oposición a la cultura hegemónica, constituyéndose a la par nuevas estrategias para el reconocimiento de la heterogeneidad". (Hipólito Mendoza 2011, 197). [9]

En nuestro país en los denominados barrios bajos suelen escucharse géneros como el reggaetón o la cumbia, en los sectores de clase media y especialmente en la clase alta suelen escucharse con mayor frecuencia canciones extranjeras.

[58] Bourdieu, P. (1988). Espacio social y poder simbólico. *Revista de Occidente*, (81), 97-119.

Pero el k-pop en si pertenece a las jóvenes de clase media ya que los de clase alta normalmente escuchan música en inglés. Algunas de las razones por la preferencia por otros géneros en especial por lo extranjero es debido a que están en tendencia en países como Estados Unidos de América o simplemente porque la música que suele producirse en nuestro país es de mala calidad o simplemente está dedicada a narcotraficantes o personajes de criminales.

Sin embargo en la música, un elemento utilizado por todos los jóvenes en especial las mujeres, en algún momento de su día a día por lo menos en la realización de alguna de sus actividades, se ponen en contacto con la música de su preferencia. Haciendo referencia a las jóvenes que tienen como preferencia musical el k-pop la música es parte de un buen número de horas, pueden pasar su día entero escuchando la música de sus artistas favoritas aunque sea una misma canción que sea reproducida 10 veces o más para ellas es muy agradable repetirlas, en especial si son las que recientemente lanzaron al mercado.

Normalmente estas canciones son escuchadas en dispositivos electrónicos, las fans que cuentas con los discos suelen reproducirlas en su casa, computadora, automóvil, entre otros. Para ellas el oír constantemente las canciones de igual forma les es de utilidad para aprender algunas frases o palabras en coreano y cantar con una mejor pronunciación las canciones de sus artistas favoritos.

Los videos musicales también suelen ser reproducidos una y otra vez por estas jóvenes con la finalidad de observar de nuevo las variadas coreografías y las canciones con letras contagiosas, estos videos suelen estar acompañados por conceptos como vampiros, robots, monstruos, estudiantes, etc. De acuerdo al concepto que se maneje es como será el vestuario y la coreografía de los artistas. Por lo que las jóvenes suelen estar al pendiente del lanzamiento de ellos para conocer las novedades que traerán sus idols consigo.

Además la mayoría de las fanáticas tiene a uno o varios integrantes favoritos en cada grupo musical y de acuerdo a cada concepto estos artistas cambian de líneas, vestuario o posiciones, las empresas suelen tener siempre sorpresas para sus fanáticas como el cambio de imagen de los artistas o incluso colaboraciones entre artistas, actores u otros relacionados con el medio del espectáculo.

Debido a la zona horaria que existe entre México y Corea del Sur de 16 a 14 horas aproximadamente, dependiendo la zona de México (Zona Noreste, Zona Pacifico, Zona Centro, Zona Pacifico Sonora). Las fanáticas suelen enterarse horas después del lanzamiento de las nuevas canciones debido a los eventos que se presentan en el país surcoreano, sin embargo con los medios de comunicación y su coordinación con las actividades cotidianas; las jóvenes mexicanas se informan sobre los eventos por medio de la página de internet de las agencias, para no resentir la distancia que existen entre ellos.

Es frecuente que los adolescentes que son fans de algún género, porten consigo mochilas o ropa con el nombre de algunas de sus bandas, en especial si son pertenecientes al fanatismo del k-pop, suelen llevar pulseras en los brazos, botones con el rostro de sus artistas favoritos, cuadernos, etc.

Conforme se van introduciendo en algún género musical y se moldean con el o incluso son orgullosos de demostrar cuáles son sus preferencias, incluso esto les favorece ya que si pertenecen a este género es común que al encontrarse en la calle la gente que conozca sobre los grupos, les mencionara sobre si es de su agrado comenzando así una conversación casual a cerca de la música o simplemente sobre noticias de los grupos de k-pop.

Algo que caracteriza a las k-popers mexicanas es el hecho de que en especial en las escuelas o trabajos las jóvenes lleven consigo la imagen de sus grupos favoritos en algunos botones que colocan en su ropa, bolsas de mano o mochila y

estas imágenes suelen ser acompañadas por más de uno de los logotipos de cada banda musical.

> "La racionalización cultural, de las que surgen las estructuras de conciencia típicas de las sociedades modernas, se extiende a los componentes cognitivos, a los estético-expresivos y a los moral-evaluativos". (Habermás, 1990, p.222). [10]

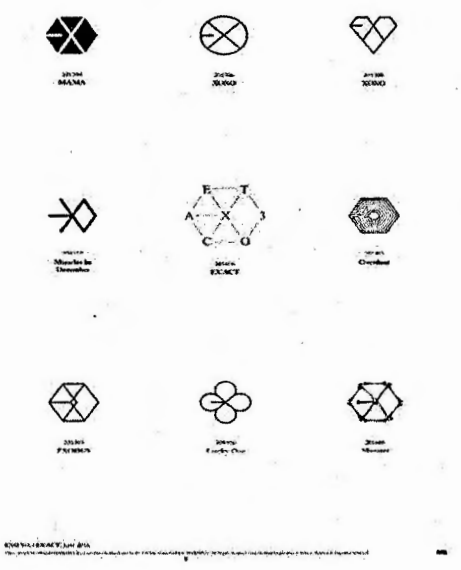


Figura 16. La imagen es correspondiente al grupo musical EXO en su disco lucky one lanzado al mercado el 09 de julio del 2016, esta imagen es utilizada para hacer referencia a algunos de los símbolos que son utilizados por las mexicanas que son fans del k-pop en sus accesorios favoritos.

Los ritmos con los que cuenta el k-pop son denominados como pegajosos, cuentan con frases tanto en inglés como en coreano para hacer más fácil su memorización y esto ha favorecido que sus canciones suenen innumerables veces en la mente de las jóvenes, sumado con las coreografías rítmicas y la mezcla de música electrónica el k-pop ha conseguido que miles de mexicanas se sientan atraídas por este género debido a toda la originalidad con que son presentadas mediante los videos que suben a la red.

El k-pop se va haciendo presente con mayor frecuencia en la vida de las jóvenes mexicanas conforme se van adentrando al mundo del fanatismo coreano, incluso tanto sus amigos, conocidos como la familia van conociendo de las pláticas o en la visita que hacen a sus redes sociales de este género, no es extraño que las fanáticas del pop coreano platiquen de las nuevas canciones o videos de sus artistas favoritos a sus padres o amigos, que muchas veces al no conocer este género no suelen saber de qué se tratan, la mayoría suelen desconocer este género, pero conforme les van informando de este es como van comprendiendo un poco más a las k-popers.

En el caso de la familia encontramos que se van haciendo parte de los gustos musicales del adolescente en casa ya que suele estar en la mayoría del tiempo escuchando las melodías que más le agradan, cuando salen de su hogar, cuando regresan, cuando hacen la tarea, etc. Incluso los padres o hermanos primordialmente son los que conocen los gustos de los adolescentes en casa ya que saben perfectamente el amor que ellos demuestran por los grupos de su preferencia.

Las canciones de k-pop son frecuentes en los hogares de las jóvenes mexicanas. Incluso hay jóvenes que las utilizan para motivarse al realizar ejercicio pues sus canciones con ritmos variados les proporcionan energía al entrenar. La mayoría de estas jóvenes no suelen sentirse comprendidas por sus familia en cuanto a sus gustos musicales ya que no están en tendencia como lo están ellas sobre sus grupos musicales, por lo que generalmente tratan de conseguir amigos que tengan sus mismas preferencias musicales o procuran convencer a los amigos que las rodean de conocer este género.

Muchas de las amigas de k-popers debido a la originalidad de este género y a la frecuencia con la que son informadas por sus amigas han incluso llegado a cambiar sus gustos musicales por el k-pop, normalmente esto se debe a que el k-pop presenta elementos y ritmos que muchos otros géneros no presentan,

además la originalidad y variedad de los grupos musicales, podría hacernos pensar que existen grupos para todos los gustos o preferencias.

Incluso es frecuente encontrar en las redes sociales imágenes con frases de broma en donde las jóvenes relatan las anécdotas o frases que típicamente sus amigos y familia les dicen confundiendo siempre a los coreanos con chinos, mencionándoles que deberían de escuchar a otra música que no se la china o que incluso sus ojos son algo especiales en comparación con lo que suelen verse en nuestro país, muchas jóvenes incluso a través de estas redes sociales mencionan que sus padres suelen bromear con este género mientras que otras incluso con sus familiares o en especial con sus madres que van siendo involucradas por las jóvenes inculcándoles la admiración por este género, asisten a más eventos o están en tendencia sobre las nuevas canciones que se planean en los discos, conciertos en nuestro país, entre otros factores.

Con la facilidad que presenta el k-pop para estar en tendencia de este género es como muchas jóvenes han continuado con su cariño por este género musical. El k-pop ha ido formando parte de su vida conforme los grupos tienen nuevos éxitos musicales, incluso han conseguido que sus fanáticas sientan hacia ellos un vínculo sentimental, desde admiración por todo el esfuerzo que realizan hasta cariño hacia ellos por mostrar parte de su vida y actitudes que tienen en las redes sociales o en vivo con sus fanáticas. Muchas de sus fanáticas incluso suelen sentirse de acuerdo a como se encuentran ellos si llegan a presentar algún problema de salud o de su vida cotidiana, suelen escribirles en sus redes sociales o en las de la empresa mensajes de aliento hacia ellos.

La música ha conseguido crear vínculos afectivos entre las fans y los idols, que muchos de ellos es por medio de las redes sociales que se tienen contacto con sus fans locales y extranjeras. Incluso hay fans que se graban tanto individual como colectivamente al observar los videos por primera vez y suelen subirlos a la red para expresar su emoción hacia sus artistas, estos videos son muy famosos

en especial con los fans internacionales que graban a personas que tienen conocimiento con este género, pero también graban a personas que no tienen alguna idea sobre este género y sus ritmos o coreografías que normalmente presentan.

Con esto pretenden darse a notar por sus artistas y conseguir que ellos estén enterados del cariño que se tiene hacia ellos en su país, generalmente los videos suelen mostrar toda la coreografía surcoreana y las reacciones que las personas tienen hacia la misma.

A pesar de no hablar el mismo idioma y encontrarse a una distancia aproximada de 12.069 kilómetros aproximadamente entre la Cuidad de México y Seúl en Corea del Sur los recintos principales de intercambio entre estos países, por medio de la música han conseguido fusionarse y desatar curiosidad entre sus poblaciones juveniles para conocerse o por lo menos conocer algunos datos de estos países. Las jóvenes mexicanas han permitido que el k-pop esté presente en sus vidas tanto en momentos felices como tristes, incluso hayan permitido que se sientan parte de la cultura coreana al escuchar la música poder conocer sobre el país y es lo que sacara su grupo favorito al mercado.

Tanto de día como de noche sin importar los usos horarios y la distancia estos países se pueden sincronizar por medio de las notas musicales de las canciones, los ritmos y coreografías diseñadas por estos grupos causan que las fans no se aburran de ellos esto combinado con su estética fina que caracteriza a los coreanos, son algunas de las razones por las cuales las mexicanas son tan afectivas hacia este género al cual le dedican parte de su tiempo en la reproducción de sus canciones y videos.

En general lo que mantiene interesadas a las jóvenes en el k-pop son la aparición de estilos musicales novedosos, el uso de instrumentos tanto electrónicos como

clásicos, que con el apoyo de sus medios audiovisuales posibilitan su expansión empleando medios sonoros.

Este género musical ha estado en la vida de muchas jóvenes en los momentos de felicidad hasta los de tristeza, los idols son parte de la rutina diaria, al estudiar realizar algunas tareas, investigaciones, reportes, etc. Siempre están en contacto con ellos de una u otra forma tanto por imágenes, programas, redes sociales, o con sus amigos.

2.2 Mercadotecnia del k-pop

Como menciona Carmen Castro Corrales en su obra *Mercadotecnia* (1997)[59], el concepto de Mercadotecnia se ha desarrollado a la par con la economía, ya que necesita de compradores y vendedores, pero es en esta área en donde la empresa se encarga de diseñar un producto con ciertas características para que pueda cumplir con los deseos o necesidades que tiene la población a la que va dirigida, de acuerdo al mercado es como la sociedad gasta su dinero y generalmente cuando más productos salen a la venta, le van generando a la persona necesidades falsas, que solo aparentemente ciertos productos satisfacen.

El empleo de la mercadotecnia es algo que el k-pop sabe muy bien utilizar, desde su organización en los grupos musicales, la innovación que presentan y la facilidad con la que se pueden encontrar sus videos o programas es internet, les beneficia enormemente para que sus fans tanto locales como extranjeras no se pierdan ningún detalle de sus idols.

Corea del Sur después de las innumerables guerras que tuvo que enfrentar, era uno de los países más pobres, por lo que comenzaron a producir tanto en su nación como al extranjero, el país surcoreano cuenta con la mentalidad de que deben de comprar el mayor número de productos que les sea posible para poder continuar liderando las ventas comerciales, muchas de las jóvenes coreanas fans del k-pop se encuentran desde muy temprano en las tiendas de ropa, alimentos, discos, maquillajes, productos de belleza, etc.

Para poder conseguir los nuevos productos que van a ser lanzados al mercado de acuerdo a sus grupos favoritos y es por medio de ellas como se enteran las fans en especial las latinas de los nuevos productos que se encuentran o estarán a la venta.

[59] Castro, C. (1997). Mercadotecnia. *San Luis Potosí: Editorial Universitaria Potosina.*

Las fans coreanas son conocidas por ser las número uno en cuanto al consumo de la mercancía del k-pop y son las encargadas de los clubs de fans oficiales de los grupos para coordinarse entre ellas y conseguir que sus grupos musicales sean los número uno en ventas de productos y discos, para así darlos a conocer a nivel mundial y que su trayectoria en el medio artístico continúen alargándose conforme va acrecentándose su popularidad.

De acuerdo al concepto de cada uno de los grupos musicales existen grupos que manejan estilos exóticos como ropas y colores de cabello exóticos, grupos con conceptos tiernos o sexys, grupos que son únicamente instrumentales, otras que son expertos en el canto, otras en el baile o incluso las que manejan todos los conceptos y sus miembros se caracterizan por tener múltiples talentos artísticos.

Las empresas de k-pop cuentan con grandes diseñadores y mercadólogos que emplean el uso de la tecnología para poder llegar a todo el mundo, debido a los innumerables grupos de k-pop que existen deben estar siempre innovando tanto conceptos, videos musicales, imagen de los idols, canciones, etc. Constantemente los productos van cambiando conforme son creados nuevos discos y conceptos de los grupos de k-pop, además la mercancía suele hacerse de acuerdo a cada uno de los integrantes con su rostro, símbolos, nombre, etc.

Las agencias de k-pop de igual forma constantemente monitorean el mercado para estar en tendencia sobre los nuevos productos que pueden ser lanzados al mercado, incluso obtienen contratos o crean nueva mercancía de forma adelantada, misma que van lanzando al mercado poco a poco conforme se eleva la popularidad de cada grupo musical.

Un ejemplo de cómo funciona su estrategia es en el caso del grupo de k-pop Exo que cuenta con nueve integrantes, al sacar alguno de sus discos, este sale en portadas distintas de acuerdo a sus integrantes y suelen presentar distintas versiones tanto coreanas como chinas, así es que en total son dieciocho portadas

con fotos que van cambiando según la preferencia del artista, pero con un solo disco con las mismas melodías, hacen que las jóvenes deseen comprar las dieciocho portadas para tener la colección completa. Sin duda les hace pensar que las mejores fans son las que siempre están a la moda y en tendencia con la mercancía, ya que conforme vayan comprándola les dan oportunidad de que sus idols vayan a presentar conciertos a su país o cuidad.

Al paso de los años es como los nuevos grupos beneficiados por la mercadotecnia y con la enorme tecnología a la vanguardia por la que se caracteriza el k-pop ha incluso creado nuevos records, en comparación con algunos grupos anteriores a ellos, con nuevas estrategias a desatado que el consumo sea mayor en la medida en que las portadas de los discos son distintas en las fotos, portadas y otros aspectos. Muchas fans han comenzado a tener la idea de querer conseguir la colección completa de cada álbum que sus grupos favoritos lanzan al mercado para que sus grupos estén al nivel de los pioneros de este género o incluso rebasarlos en la venta de discos tanto de forma nacional como internacional.

Cuadro 11



Fuente: [@dear__pcy]. Xiao Yang (2016)." Exo total de ventas superaba los 600 millones". Promise Exo. [Cuadro de datos]. Recuperado de https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1754432684820133&id=1589096694687067&pnref=story

Este es solo uno de las múltiples formas y técnicas que utiliza la mercadotecnia del k-pop para poder continuar con sus clientes habituales que comenzaron con un disco, dos o tres pero que ahora por cada álbum deben comprar nuevo con las distintas portadas para poder conocer el contenido de cada uno de los discos, al paso del tiempo estas empresas esperan conseguir nuevos clientes cada día, llegan por curiosidad o por recomendación de amigos o familiares para que se adentren al mundo de este género musical en donde una vez que se entra es muy difícil encontrar la salida debido a sus múltiples estrategias para atraer a personas por un tiempo indefinido.

El k-pop esta hasta en la sopa de los coreanos y es en especial en la vida de las mujeres que no importando sus acumuladas actividades siempre estarán enteradas de las nuevas mercancías que saca la empresa, los grupos de k-pop suelen estar patrocinados por marcas poderosas como refrescos o ropa que les ofrecen contratos para que estos artistas los representen en anuncios, campañas, conciertos o por el internet con sus fanáticos.

> "El trabajo debe medirse para organizarlo. Las formas en que se efectué dicha medición y los errores concomitantes tienen efectos reales. Determinan aspectos de nuestra realidad cotidiana. Para organizar el trabajo debe considerarse que los medios de producción tienen vidas útiles diferentes, que los distintos procesos de trabajo tienen diferentes eficacias debido a causas distintas, que el desempeño de ciertos trabajos exige más entretenimiento que otros, etc.". (Valle, 1991, p.65). [11]

La mercadotecnia sabe como organizar el trabajo, los medios de producción que utilizan se basan de acuerdo a los productos que atraen a los jóvenes del k-pop por ello los jóvenes artistas que presentar deben ser "perfectos", pues estos tienen

efectos importantes en la sociedad, por lo que tanto en comportamiento como en apariencia son impecables y suelen incluso manejarles a ellos que aunque no tengan agenda de trabajo, siempre deben estar disponibles para sus fans y presentables en apariencia, ya que la misma cuenta demasiado.

Para que sus productos sigan siendo adquiridos por las jóvenes que desean parecerse o por lo menos ser similares a ellos, deben contar con talentos asombrosos, tener paciencia ante los fanáticos o el caos que suelen estallar de emoción con su sola presencia, obedecer las reglas que les coloca tanto la agencia como su seguridad y managers, practicar sus nuevas canciones y coreografías hasta el cansancio, innumerables viajes de trabajo, estar en programas de televisión, firmas de autógrafos, presentaciones en solitario, promociones de discos tanto de forma local como internacional, estas actividades son planeadas con anticipación y detalle, mediante el uso de un gran número de personal para la seguridad, tratos comerciales, traductores, diseñadores, coreógrafos, etc.

Sin duda la formación de sus artistas es impecable y debido a las grandes exigencias que les plantean muchas veces suelen verse cansados, enfermos o incluso han llegado a presentar episodios de estrés o desmayos, episodios que muchas veces son escondidos o simplemente no suelen ser comentados para evitar que las fans dejen este género musical y dejen de consumir los productos que ofrecen.

En algunas ocasiones estas empresas han estado involucradas en distintos escándalos debido a sus artistas ya sea por relaciones románticas, adicciones, lesiones, desmayos, escándalos sexuales, etc. Debido a que la sociedad coreana es muy cuidadosa de lo que se dice de cada persona, los idols han tenido que ofrecer disculpas tanto a la agencia como a sus fans por no cumplir con las promesas que hicieron ante ellos o por presentar terribles comportamientos que

debido a su imagen como artista no pueden presentar, sobre todo debido a que son considerados como un ejemplo tanto para niños como para jóvenes.

La mayoría de las agencias prohíben a los idols revelar sus relaciones sentimentales a sus fans debido a que pierden el encanto con ellas ya que como la mayoría suelen asegurar por su imagen no contar con una relación amorosa ya que están cien por ciento dedicados a su trabajo y a hacer felices a sus fans, ellos y ellas no pueden contar con una distracción en su vida como lo seria el tener una relación romántica con alguien del medio artístico o ajeno a el.

En algunos de estos casos en especial de las relaciones románticas muchas fans en especial las coreanas han dejado de comprar productos del grupo y en especial de los artistas involucrados en esta situación, por lo que esto ha provocado una gran caída en las ventas de los productos causando que las acciones de estas agencias bajen, por lo que ellas rápidamente tratan de estabilizarse prohibiéndoles a estos artistas seguir con estas relaciones y tener que soportar las reacciones de las fans tengan hacia ellos desde reclamos hasta insultos.

De igual forma estas agencias en innumerables ocasiones han sido criticadas por la sociedad juvenil coreana e internacional ya que los idols suelen presentar enormes agendas de trabajo y presentar incluso un pago injusto a pesar de todas las actividades que realizan, ya que por el contrato que manejan ellos cuentan con la autorización de manejar su imagen de los idols a su gusto.

Todas las agencias son distintas en los pagos ya que incluso, se dice que algunos grupos no reciben pago hasta después de que hayan cubierto todo el dinero que la compañía ha invertido en ellos desde su educación, alimentos, vivienda, etc.; por el contrario existen otras que les dan hasta el 50% de las ganancias a los artistas o su sueldo es de acuerdo a las actividades de cada uno de los integrantes de los grupos.

Es debido a la presión que tienen estos idols algunos incluso han preferido abandonar sus grupos musicales para conseguir la libertad que les fue arrebatada mientras son miembros de estas agencias musicales.

Es en especial en el año 2016 en donde un gran número de artistas han abandonado sus grupos por paga injusta en especial integrantes de origen chino debido a que en su país natal suelen ofrecerles mejores contratos y mayor libertad en comparación con las agencias surcoreanas, matrimonios nuevos o escondidos por un año o más a sus fans para que su popularidad y la de su grupo no termine, hijos planeados o inesperados que surgieron en relaciones de matrimonio o de noviazgo, etc.

Desde maquillaje, gorras, ropa, zapatos, perfumes, posters, discos, etc. Las industrias del k-pop saben muy bien que las fans atraídas por los atractivos idols, siempre buscaran estar más cerca de ellos y les ayudan a estar en tendencia tanto en su país como a nivel mundial.

De forma frecuente los caza talentos de las agencias de k-pop monitorean las calles de Corea del Sur o incluso otros países, para poder encontrar nuevos talentos y seguir con su preparación académica para que en un futuro no muy lejano se conviertan en idols, con nuevas características y conceptos con ideas frescas o juveniles.

Muchos de los idols que actualmente se encuentran en la cima de su carrera musical han explicado que solo por casualidad, por amigos o porque un caza talentos de las agencias se los recomendaron fue como decidieron asistir a las audiciones que realizan las agencias para poder ser parte de las agencias musicales, para que los grupos que con anterioridad a ellos o que son actualmente populares conforme deban de abandonar los grupos para casarse, cumplir con la asistencia al ejército que les marca el gobierno o simplemente retirarse, estas

agencias continúen ofreciendo nuevos grupos a sus fans tanto coreanas como internacionales y así no terminar con su reinado en la industria musical.

Como menciona en Andy Sernovitz en su libro *El marketing de boca en boca* (2009)[60], la mercadotecnia está relacionada con el servicio a clientes que va de boca en boca, es decir la gente va contándoles a sus amistades sobre lo que esta en la denominada tendencia y así como por arte de magia es como más y más personas van conociendo los nuevos productos, a los que más adelante se va haciendo fan, van realizando los productos con excepcionales cambios para que el cliente no se sienta aburrido de lo mismo, por el contrario al estar en constante innovación, las personas se ven con el deseo de estar a la moda y que pueden conseguir los productos de manera muy fácil.

En estos últimos años la industria del k-pop les ha dado preferencia a las fans japonesas en donde incluso suelen venderles mercancía exclusiva que se agota en segundos, debido a su popularidad y su comercialización es más difícil para las extranjeras, Japón debido al auge que ha tenido en los últimos años el k-pop en aquel país ha comenzado a ser de los favoritos para poder ofrecer mercancía única como una forma de agradecer el poder presentarse en el Tokio Dome o algún otro establecimiento famoso en donde solo los mejores artistas se han presentado, esta es una estrategia que suele utilizarse mucho en Japón ya que desde las máquinas para juegos cuentan con juguetes exclusivos en donde miles de japoneses atraídos por la exclusividad invierten grandes sumas de dinero y esfuerzo para poder conseguirlos.

De igual forma han desarrollado conciertos para que las fans japonesas continúen con su agrado por este género musical y demanden de manera constante que sus artistas favoritas regresen a su país. Incluso en los últimos años las agencias que debido a que sus artistas antes de que cumplan los 30 años de edad deben asistir al ejército, suelen no tener más contratos en su país como los tenían en tiempos

[60] Sernovitz, A., Godin, S., & Kawasaki, G. (2009). El marketing de boca en boca. *Como As Empresas Inteligentes.*

anteriores, pero debido a que en Latinoamérica a pesar de que pase el tiempo continúan queriéndolos y esperándolos en un concierto en nuestro país, para aprovechar que estos grupos ya no se encuentran promocionando en Corea del Sur, han decidido realizar eventos en aquellos países en donde aún son famosos debido a que no los ven constantemente como en su país de origen y con ello no dejan de obtener ganancias extranjeras aunque el grupo no se encuentre activo musicalmente en su país.

Debido a que cuentan con giras internacionales el k-pop obliga a sus idols a estudiar de forma regular y estricta distintos idiomas para que al asistir al país extranjero, puedan comunicarse con frases típicos o decir palabras amables ante su público extranjero que por años tanto los han esperado. Debido a que utilizan frases o incluso aprenden canciones tradicionales o populares de países extranjeros, los fans se sienten agradecidos ante ellos por su esfuerzo y con ello miles de fans continúan y agrandan su admiración ante ellos debido a que con esto construyen un lazo más entre Corea del Sur y distintos países tanto asiáticos latinoamericanos, entre otros. Esta es una de las estrategias utilizadas para poder generar un mayor vínculo con sus fans extranjeros en donde no importe la distancia ni el lenguaje, mediante la música el k-pop los ha hecho fans sin necesidad que se estos aspectos sean los mismos entre los distintos países que existen.

Para el k-pop no existe la palabra distancia y esto queda demostrado con la facilidad que tienen para que el mundo se entere de su país, sus productos tienen incluso sucursales en distintas partes del mundo o pueden ser comprados en línea con la condición de que paguen el envió de los productos. Las compras en línea son lo último en modernidad, es un mecanismo mediante el cual las tiendas de distintos establecimientos comerciales que ofrecen artículos, pueden realizar transacciones de compra-venta mediante la implementación del internet, para facilitar la compra a sus distintos clientes residentes del mismo país o del extranjero.

Mediante páginas de internet suelen ofertar sus productos con los datos principales según sea el articulo, el precio, el envió, los comentarios o incluso virtualmente se puede colocar en una lista de deseos que puede ser enviada o publicada para que tus conocidos se enteren sobre que articulo te gustaría recibir. Las compras suelen realizarse con tarjeta de crédito de acuerdo a como se organice la tienda, o incluso pueden realizarse depósitos en algunas tiendas como Oxxo, 7eleven, etc. La vanguardia de las compras se realizán mediante el internet ya que sin salir de tu casa, simplemente con un celular y una tarjeta de crédito puedes obtener infinidad de productos tanto nacionales como extranjeros.

> "Los intereses de las clases se hallan separados entre si más que nunca, la aceleración moderna del trafico económico reclama un derecho de funcionamiento rápido y seguro, garantizado por una fuerza coactiva de la más alta eficacia". (Weber, 1977, p. 272). [12]

De igual forma al poder adquirir productos extranjeros el k-pop se encuentra como uno de los principales mecanismos que favorecen a que los extranjeros logren adquirir los nuevos productos de los artistas musicales. Los envíos coreanos al exterior son conocidos por su eficiencia y rapidez ya que con infinidad de marcar de tarjetas de crédito pueden realizar envíos a nivel local o mundial.

La mayoría de las jóvenes mexicanas adquieren productos, discos, ropa, etc; por medio del uso de este mecanismo.

Los discos y souvenirs son lo principal que se compran las fans mexicanas, tanto en establecimientos determinados, por medio de internet o con amigas. Los discos y souvenirs son lo que más producen las empresas coreanas para atraer mayoritariamente a las jóvenes, lanzan comerciales o campañas que representan los integrantes de sus grupos favoritos, mismos que con bailes y canciones nuevas atraen a la juventud para que adquieran el producto.

Debido a la curiosidad que desata el k-pop entre los fans no solo provoca que los extranjeros estén atraídos por el k-pop sino que comienza a desatarles curiosidad

por el país entero provocando que se incremente la promoción de distintos productos coreanos como alimentos, bebidas maquillajes, etc. Todos los productos que promocionan los idols son en su mayoría los más vendidos debido a que con tan solo tener la imagen de ellos y ser exteriores desata el deseo de querer contar con ellos conquistando a miles de billeteras que están deseosas de adquirir los productos que existen y los próximos que sacaran a la venta.

> "Nuestras civilizaciones modernas vivieron sobre un base de expansión y de explosión a todo los niveles, bajo el signo de la universalización del mercado, de los valores, económicos y filosóficos, bajo el signo de la universalidad de la ley y de las conquistas"... (Baudrillard 1978, 62). [13]

La sociedad moderna se organiza de tal manera que les sobre un poco de lo planeado a gastar en cosas básicas y así gastarlo en todo lo relacionado al k-pop, causándoles que incluso deban dejar de comprar cosas necesarias para poder cubrir los gastos de los nuevos productos y es muy frecuente entre ellas que recientemente compraron un artículo en línea y debido a la distancia les demora unos días en llegar, cuando de repente ya las compañías han lanzado al mercado nuevos y mejorados productos, ocasionando que deseen el nuevo producto y no el anterior.

Es tanto el auge y consumismo que desata este género que asombra a cualquiera el poder que ha conseguido en los últimos años sin necesidad de viajar de un país a otro para promocionar a cada uno de sus grupos sino con el uso de distintos medios electrónicos de fácil acceso miles de jóvenes cada día, en cada hora que transcurre descubren nuevos videos y grupos de las compañías todos ellos compuestos por distintos conceptos y movimientos rítmicos que provocan en ellos una sensación distinta en comparación con la música a la que están acostumbrados.

2.3 Medios de comunicación que emplea el k-pop

Los medios de comunicación son la forma de que el hombre puede conversar ya que por medio de ellos podemos comunicarnos unos con otros. Son nuestro día a día, son un factor que moviliza a la sociedad a través de versiones textuales o auditivas es como los seres humanos de nuestros días se comunican tanto en pequeñas como grandes distancias.

> "Las tecnologías de la información se están fusionando rápidamente en un solo arte electrónico digital de potencia e impacto tremendos. Tan grande es la potencia de este arte que los cambios que está operando y que operará sobre nuestra civilización no sólo son cuantitativos sino cualitativos"... (Inose y Pierce 1985, 10). [14]

Todos los individuos y comunidades utilizan periódicos, revistas, medios electrónicos, entre otros, para estar al tanto de lo que sucede en los ámbitos culturales políticos y económicos.

El k-pop conoce muy bien que los medios de comunicación son la forma más eficiente de darse a conocer. Ya que principalmente mediante el internet, una fuente a la que una gran proporción de los jóvenes tiene acceso, es la forma más eficiente de conseguir más fans. Mediante el internet es como muchas de las jóvenes mexicanas comenzaron a conocer el denominado género y si no es así fue para corroborar la información que adquirieron por amistades u otras personas sobre el mismo. En cuanto se busca k-pop en páginas electrónicas aparecen miles de resultados y accesibilidad gratuita en su mayoría para todos los países. Por si fuera poco estas páginas en su mayoría se encuentran traducidas del coreano a distintos idiomas.

El mercado coreano sabe que el uso de los idiomas es detonante para acercar a los países hacia Corea del Sur, ya que como sabemos existen miles de personas

que hablan inglés, pero también existe mucha población latina que como idioma materno tiene al español. Como menciona Henry Jenkins en su libro Convergence culture: *la cultura de la convergencia en los medios de comunicación* (2008)[61] en los últimos años hemos notado que el uso del teléfono celular se ha vuelto fundamental para la vida cotidiana, en especial de los jóvenes. Todos los medios de comunicación saben que deben expandir el uso de la tecnología de forma barata que esté al alcance de la población, para que se comience a volver dependiente y así conforme pase el tiempo comenzarles a cobrar para adquirir mejores servicios.

Con la ayuda de la globalización y la multiculturalidad, el mercado coreano se ha dedicado a aprender el idioma español.

> "Si consideramos que la integración es simplemente la generación de un mercado de intercambio de bienes y servicios, esto es, la creación de un mercado que permita una mejor reproducción del capital, obedece a un lógica muy precisa (ampliamente teorizada desde comienzos del siglo).
> La integración no es sino el mecanismo de la transnacionalización que desde hace mucho tiempo se conoce, pero que hoy llamamos *globalización*". (Zemelman, 1994, 15). [15]

Con el intercambio de bienes que implica la globalización ha causado que más jóvenes en especial las latinas se sientan más unidas y tomadas en cuenta para que puedan entender los programas y canciones de este género musical, ya que con solo encender su computadora, tabletas electrónicas, mp3, celular, computadora u otro medio de comunicación puede tener acceso todo el tiempo que desee.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en nuestra vida diaria, es de que encendemos el televisor o el celular nos aparecen distintos comerciales o

[61] Jenkins, H. J., & Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (No. 316.7 (73)). Paidós,.

vínculos que comparten en las denominadas redes sociales.

En especial los jóvenes desde que comienzan sus días lo primero que realizan es revisar sus aparatos electrónicos para conocer que es lo que han publicado sus amigos, conocidos o incluso artistas favoritos. Son un medio de entretenimiento que con el uso del internet todos los seres humanos pueden tener a su alcance con tan solo poseer un medio electrónico e internet por supuesto.

> "Los lenguajes subliminales no se enseñan en las escuelas: La base de la eficacia de los medios de comunicación modernos es un lenguaje dentro de un lenguaje, uno que nos comunica a cada uno de nosotros a un nivel inferior de nuestro conocimiento consciente, que llega al mecanismo desconocido de la inconsciencia humana. Este es un lenguaje basado en la capacidad humana de recibir información subliminal, subconsciente e inconsciente". (Wilson Bryan Key 1978, 39). [16]

En estas redes sociales suelen invertir su tiempo los jóvenes mexicanos, cuando caminamos por la calle es frecuentemente que los jóvenes en su transcurso a la escuela, el trabajo o simplemente para matar el aburrimiento, estén en su teléfono celular consultando las denominadas redes sociales.

También por medio de las redes sociales incluso realizan sus tareas escolares por medio de ellas, ya que algunos de sus profesores por medio de la creación de grupos en las redes sociales intercambian ideas, temas trabajos y tareas con sus alumnos, ya que según ellos, aseguran que sus alumnos tienen mayor facilidad de acceder a sus trabajos con este mecanismo innovador.

Es bien sabido que son los jóvenes principalmente los que están al tanto de la innovación de ellas, por lo que muchas de ellas han sabido arreglárselas para que el mundo entero se comunique por medio de ellas, tanto en el mismo país como a nivel internacional.

Cuadro 12

Ranking Redes Sociales más Utilizadas

RED SOCIAL	*RANKING MUNDIAL*
Facebook	1
YouTube	2
WhatsApp	3
QQ	4
WeChat	5
Qzone	6
LinkedIn	7
Weibo	8
Instagram	9
Google+	10
Twitter	11
Line	12
Tagged	13
Habbo	14
Hi5	15
Tumblr	16
SoundCloud	17
Badoo	18
Snapchat	19
NetlogTWOO	20
DailyMotion	21
Soundhound	22
Telegram	23
VK	24
Flickr	25

Pinterest	26
Match	27
Spotify	28
Slideshare	29
Reddit	30

Fuente: Ana Nieto (2014)," *Ranking redes más utilizadas: información, usuarios, enlace, manual práctico o curso de cada red"*. WebEmpresa20. [Cuadro de datos]. Recuperado de http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-más-utilizadas.html

Las denominadas redes sociales se encuentran en formatos de aplicaciones que son programas de electrónicos que se pueden encontrar a través del internet, las principales plataformas de distribución digital de aplicaciones móviles son GooglePlay y la tan conocida marca Itunes que son compañías extranjeras dueñas de casi todo el internet.

Mediante estas compañías los usuarios de la telefonía celular, tabletas electrónicas, mps, etc., pueden adquirir distintas aplicaciones con distintos propósitos desde el observar videos, juegos, libros, recetas, música, viajes, moda, etc. Prácticamente con estos programas podemos realizar todas nuestras actividades. Los niños incluso saben mejor de aplicaciones que la gente mayor y son todos unos expertos en algo que es fundamental en nuestros días, el internet.

Estas aplicaciones en especial las de las redes sociales han sabido hacer negocio pues aunque pueden acceder a ellas en forma gratuita, lo más reciente o popular puede tener un costo y conforme desees actualizar las aplicaciones debes de ir comprándolas por medio de tarjetas que puedes adquirir en tiendas especiales o departamentales.

> "La transmisión de información desde el nivel macro hasta los actores individuales puede afectar grandemente a las acciones que ellos realizan y afectar así a la conducta del sistema. En términos más generales, en un

> sistema grande la información se transmite a través de los medios de comunicación, que a su vez son actores del sistema, con sus propios intereses". (Coleman 2011, 65) [17]

Conforme transcurren nuestros días de vida, surgen nuevas y mejores aplicaciones que todos con tan solo comprar un teléfono celular nos vienen incluidas en el, la mayoría de las aplicaciones son de forma gratuita. El k-pop frecuentemente es consultado por las jóvenes mexicanas mediante Youtube, para poder consultar los videos que las agencias tienen en su canal o cuenta de esta aplicación. Por medio de este canal pueden subir videos a la red para que sus fans nacionales e internacionales estén al tanto de las nuevas coreografías, discos o productos que van a lanzar al mercado para su consumo masivo.

Después de que las jóvenes observan y escuchan los nuevos videos de sus artistas, pueden tener el acceso a comprar las canciones o los discos por medio de Google Play o Itunes, estas ganancias van directamente al bolsillo de las agencias de estos idols, que sin importar la distancia pueden llegar a todo el mundo sin necesidad de imprimir folletos, hacer campañas, etc.

> "En la sociedad industrializada y de consumo masivo, las oportunidades de enriquecimiento aumentaron. Grandes fortunas se construyeron, y sus poseedores se instalaron sin vacilación en la clase alta, cualquiera fuera su origen" (Romero 1986, 348). [18]

Las jóvenes después de convertirse en fans, desean adquirir las nuevas canciones o discos que lanzan al mercado sus grupos favoritos. De igual forma con el uso del Facebook es muy frecuente con las jóvenes mexicanas para estar al tanto de sus idols, por medio de los denominados perfiles de Facebook, pueden seguir paginas tanto oficiales como de mismas fans para estar al pendiente de sus artistas. Con la ayuda de las fans coreana que están al tanto de sus idols por encontrarlos en la calle, seguirlos, asistir a conciertos o acompañarlos al aeropuerto.

En esta red social van actualizando frecuentemente las fans que por medio del idioma ingles se comunican unas con otras. La organización que tienen todas las fans del mundo, es para conocer cada paso de sus artistas favoritos, sin tener que ir a Corea del Sur. Por ultimo uno de las mayores aplicaciones utilizadas por las fans mexicanas del k-pop es Instagram, en esta aplicación puedes subir fotos o videos a las redes sociales que en unos cuantos segundos se pueden ver en todo el mundo.

Esta aplicación es una de las más famosas con los idols, ya que la mayoría de ellos la poseen para estar más cerca de sus fans o simplemente por diversión. En esta aplicación miles de fans cada día entran a su cuenta de los artistas para escribirles mensajes de aliento, amor u otro sentimiento. Esta aplicación es de las más famosas en Corea del Sur ya que son los que más actualizan en esta red social y en especial crean páginas de fans para que todo el mundo se entere del gran fenómeno del k-pop.

Cuadro 13

Artistas coreanos más seguidos en Instagram

1. G- dragón del grupo Big Bang (@xxxibgdrgn),
2. Chanyeol del grupo Exo(@real__pcy)
3. Taeyeon del grupo Girls Generation (@taeyeon_ss)
4. Sehun del grupo Exo (@oohsehun)
5.Baekhyun del Grupo Exo (@baekhyunee_exo)

Datos extraídos de: [laahd] (2015)." Las 5 cuentas de Instagram más populares de artistas K-Pop". soompi. Recuperado de http://www.soompi.com/es/2015/10/10/las-5-cuentas-de-instagram-más-populares-de-artistas-k-pop/

Las fans k-popers[62] de todo el mundo están al tanto de todas las formas que Youtube ofrece, mediante los canales de esta aplicación las empresas discográficas suben videos a la red para que estén disponibles para sus fans, pero hay otros que están en vivo incluso ofrecen conciertos o programas en donde van

[62] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

a hacer apariciones los jóvenes idols, mediante el paso de cierta temporada, cada grupo tiene su regreso para promocionar en las televisoras coreanas. Debido a la distancia por medio de las redes sociales es como ofrecen que las jóvenes estén al tanto de estos conciertos.

En los canales de la aplicación de Youtube coreanos KBS[63] Y KBS World Latino[64] es posible encontrar los programas o conciertos incluso presenciarlos de acuerdo a fechas programadas para que sin importar el reloj mundial, puedan observarlos. Esta aplicación cuenta con un contador de visitas y por cada reproducción del video va contando una a una para favorecer a sus grupos favoritos para ganar premios en los nuevos programas de música coreana, la venta de sus discos, conseguir una cantidad mayor de fans, etc.

Las jóvenes mexicanas siempre están al tanto de ellos e incluso si por algún motivo no recuerdan el lanzamiento del video, esta aplicación cuenta con la capacidad de recordarte o actualizarte los videos más recientes que ha subido la compañía discográfica en su cuenta de Youtube. Hay jóvenes mexicanas que suelen reunirse con sus amistades pertenecientes al mismo club de fans que ellas para poder observar estos programas y conciertos en vivo. Sin duda las jóvenes mexicanas saben organizarse muy bien para apoyar a los jóvenes idols, como una forma de demostrarles su cariño y aumentar la posibilidad de que vayan a su país desde el que presencian los eventos.

Otro uso de las aplicaciones que hacen las fans del k-pop es el consultar los canales de Youtube de las denominadas Vloggers[65] mexicanas residentes en Corea del Sur, en la actualidad es común que los trabajen cambien, las profesiones conforme avanza la tecnología cambian, incluso han surgido nuevos trabajos como los encargados en la compañía de Google que incluso tienen personal que se encarga del diseño del logotipo para que los usuarios estén

[63] Para mayor información consultar la pagina de internet http://www.kbs.co.kr/
[64] Para mayor información consultar el canal de Youtube https://www.youtube.com/channel/UC_vrqgb3YLoe2MYSJm2aO-A
[65] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

siempre con la curiosidad de que al entrar a la página de internet el logotipo va a ser distinto al del día anterior. Es principalmente Youtube que ha brindado a miles de personas la oportunidad de no solo escuchar u observar los programas que se encuentran en la red social, variedad de lenguajes y costumbres que se encuentran en los miles y miles de videos que se suben cada día. Algunas personas después de registrarse en esa página pueden comenzar a subir videos en la red social, siempre y cuando cumplan con las condiciones que maneja esta aplicación.

La mayoría de las personas que comenzaron con esta práctica lo iniciaron como una forma de diversión o entretenimiento, sin imaginarse que con un fenómeno como lo es el k-pop, algunas de estas personas que por distintas razones migraron a Corea del Sur, en sus videos comenzaron a hablar sobre su vida diaria en aquel país, ayudando a que las fans mexicanas conociera más sobre el país del que provienen sus artistas favoritas.

Las denominadas Vloggers, son personas dedicadas a subir videos en su canal registrado ya sea de su vida como esposas o profesionistas, recetas de cocina tanto mexicanas como coreanas, consejos de belleza o nuevas temporadas de ropa, etc. Comenzaron a viralizarse desde que Youtube ha dado facilidades para que cualquier persona suba sus videos, las Vloggers son de distintos países, sin embargo las más conocidas y comentadas entre las jóvenes fans del k-pop son las que cuentan con una unión entre México y Corea del Sur, debido a que trabajan o son esposas de coreanos, comenzaron como una simple distracción con esta aplicación, sin esperar obtener tantas reacciones de las jóvenes interesadas en el país surcoreano.

Todas las Vloggers cuentas desde sus historias de amor, como fue que decidieron irse a trabajar o a estudiar, a que se dedican, como es normalmente su día a día, su alimentación, algunas costumbres que han descubierto o simplemente como son sus relaciones sociales estando en Corea del Sur.

Cuadro 14

Canales de Youtube de Vloggers mexicanas en Corea del Sur

Dice Daysi
Double Trouble en Corea
Hablemos de Doramás
Km love
Latina Saram
Lupyrymy Vlog y Yo Amo Corea (Pertenecientes a la misma Vlogger mexicana).
Mesmi L
Mexi Corea

Fuente: Elaboración propia. Canales de Youtube de Vloggers mexicanas más conocidas que residen en Corea del Sur.

Los temas que explican en la mayoría de sus blogs son sobre las costumbres tanto históricas como nuevas, alimentos que van conociendo en su estancia, transporte que utilizan o utilizaron, medios de comunicación, ropa, maquillaje, etc. Sin embargo no dejan de lado la cultura, la música, el k-pop, las novelas coreanas, etc.

La gran variedad de temas que manejan en sus videos les ha beneficiado a que cuenten con no solo fans mexicanas, sino también de otros países latinos principalmente que tienen el deseo de ir por lo menos una vez en su vida a Corea del Sur. Algo que comenzó por el k-pop se ha convertido en incluso una fuente de trabajo para mexicanas que conforme su popularidad aumente, algunas marcas les comienzan a brindar mercancía para que realicen nuevos videos, se reproduzcan anuncios comerciales cuando se reproducen sus videos o incluso tengan el deseo de abrir un negocio que una a México con Corea del Sur.

En todas las cuentas de Youtube las Vloggers señalan a Corea del Sur como una de los países con mayor tecnología y fanatismo con el k-pop, pero de igual forma no dejan de extrañar su país de origen principalmente por su familia, comida y tradiciones. Incluso muchas de ellas relatan que es una forma de estar cerca de sus fans que las siguen en esta red social, responden los comentarios de la

mayoría, los leen o incluso les piden su opinión sobre que tema o lugar les gustaría que asistieran para acercarlas más a este país o simplemente ellas descubran como es en realidad un día a día en Corea del Sur y conocer más sobre el país y en especial sobre el k-pop.

Otra red social que es muy común entre las fans del k-pop es el Facebook y mediante la apertura de grupos en línea distintas miembros de esta red social le dediquen a un tema como el de las compras en línea, este grupo puede ser público o privado y de acuerdo a los gustos de cada persona es como se va enterando de los mismos. Las jóvenes mexicanas saben muy bien como usar el internet, sobre todo en lo referido a las compras en línea, debido a que la distancia les impide comprar los productos por su propia cuenta, buscan las distintas formas de conseguirlos. En corea es frecuente que personas o empresas se encarguen de mandar la mercancía del k-pop al extranjero.

Por medio de las redes sociales es como suelen manejar la organización de grupos en línea en donde sus clientes pueden estar al tanto de la nueva mercancía, precios y estrenos. Muchas jóvenes mexicanas incluso se han convertido en organizadoras de grupos en línea para que puedan conseguir los productos del k-pop, organizadamente les comentan a sus amigas y conocidas sobre que tiendas son las mejores en entregas y precios, ya que el envió de los productos suele ser lo más costoso para las jóvenes mexicanas. Mediante depósitos en tiendas de autoservicio para poder apartar los artículos y hacer un pedido exacto de los productos que se van a encargar del extranjero, las mexicanas consiguen los discos.

De igual forma en estos grupos en línea pueden crearse de acuerdo a distintos temas en donde las jóvenes mexicanas se agrupan de acuerdo a la agencia o grupo de su preferencia, para intercambiar nuevas noticias de sus artistas, informes sobre conciertos, precios de mercancías o simplemente para platicar con personas que tienen los mismos gustos musicales.

2.4 Grupos de amigas que conforman las k-popers.

El hombre siempre ha sido un ser social, es imposible encontrarlo fuera de la sociedad. Es a través de estos grupos en donde puede determinar su cultura, lenguaje, valores, tradiciones, comportamiento, entre otros aspectos. La sociedad siempre el ha sido el nicho cultural, desde el hombre primitivo hasta el actual no ha dejado de estar rodeado de personas igual o similares a ellos.

Los sociólogos son los encargados de conocer el vinculo social con el que cuenta el hombre y por medio de ellos es como consiguen estudiarlos. Mediante el estudio de grupos primarios como la familia. La música de igual manera que es producida por el hombre siempre ha sido una forma de identificarlos en el mundo, cada país cuenta con gustos musicales muy variados de acuerdo a sus regiones culturales, conforme pasa el tiempo ha evolucionado la sociedad y con ello la música también, es algo que cambia conforme la sociedad lo hace.

> "El sociólogo que trabaja con música popular contemporánea se enfrenta a un conjunto de canciones, grabaciones, ídolos y estilos que existen como consecuencia de una serie de decisiones, tomadas tanto por los creadores como por los consumidores, sobre lo que es un sonido completamente logrado. Los músicos escriben melodías y ejecutan solos; los productores escogen entre diferentes mezclas de sonido; las discográficas y los programadores de radio deciden qué debe tocarse y qué debe emitirse; los consumidores compran un disco y no otro, y concentran su atención en determinados géneros. Corno resultado de todas estas decisiones, aparentemente individuales, aparece un determinado patrón de éxito, gusto y estilo que puede ser explicado sociológicamente. Si la cuestión de partida es por qué ese hit suena de esa determinada manera"... (Frith 2001, 2) [19]

Los seres humanos suelen utilizar la música en algún momento de su vida, en las calles de nuestro país es frecuente escuchar tanto música nacional como extranjera, en su mayoría en cafeterías, restaurantes, en el transporte, la

televisión, etc. Los jóvenes son los que principalmente suelen tener el hábito de escuchar música en sus aparatos electrónicos, simplemente como forma de combatir el estrés, la música es un elemento en la vida de los mexicanos, desde niños hasta personas mayores cada generación cuenta con un tipo de música favorito, mediante el cual suelen tener conversaciones con otras personas tanto en persona como por las redes sociales.

Respecto a la juventud de nuestro país es común que suelan reunirse en grupos de amigos o conocidos de acuerdo a sus gustos musicales favoritos, incluso cada uno de ellos está catalogado de acuerdo a su personalidad generalmente los rockeros son denominados como rebeldes, los que prefieren música tropical o cumbias son nacos, los que escuchan música en ingles fresas, mientras que los jóvenes con gusto por la música asiática son denominados como raros.

Cada uno de los géneros musicales son catalogados por la sociedad y por su estatus social, a pesar de que la música es un elemento que esta presente en todo el mundo y podría considerarse como universal, incluso ella existe esta clase de estereotipos.

La música extranjera es escuchada en miles de hogares, transportes, páginas de internet por jóvenes mexicanos. Por ejemplo haciendo énfasis en la música asiática en nuestro país existe un importante número de jóvenes que tienen preferencia por este género aunque son las mujeres normalmente las que suelen tener preferencia por el k-pop ya que son las que aceptan sus preferencias de forma libre en comparación con los hombres que suelen tener problemas en aceptar su agrado hacia el mismo, debido a que son denominados como homosexuales ya que en su mayoría, el k-pop es conformado por hombres que se preocupan por su apariencia y que de acuerdo al concepto del grupo o de la canción demuestran ternura, sensualidad o amor en sus acciones.

Generalmente los jóvenes mexicanos suelen preferir géneros que sean representados con mayor masculinidad en comparación con la del k-pop, ya que para ellos es importante que los videos contengan féminas o incluso vicios en ellas para que les sean atractivos, debido a su reputación a pesar de contar con incluso conceptos sexis no se comparan con los de Latinoamérica y de EEUU por ejemplo en los cuales suelen estar presentes escenas de cama, alcohol, peleas y otros elementos de violencia.

Estos elementos suelen ser considerados por los jóvenes como atractivos ya que demuestran un tipo de rebeldía que todo joven desea realizar alguna vez en su vida, sumado a esto los artículos como automóviles, casas u objetos lujosos que suelen presentar suelen atraer más a los jóvenes que a las jóvenes.

> "Cada medio de comunicación de masas tiene sus propias tácticas para dirigirse a su audiencia, para crear momentos de reconocimiento y de exclusión, para dotarnos de sentido a nosotros mismos. La música popular también lo hace, si bien parece jugar un papel especialmente importante debido a la manera en que opera la cultura popular. Por un lado, es capaz de proporcionar experiencias emocionales particularmente intensas; de hecho, las canciones y los ídolos del pop nos implican emocionalmente mucho más que cualquier otro tipo de evento o intérprete mediático y ello no ocurre solamente porque el negocio del pop sepa vendernos la música mediante opciones de mercado muy individualizadas"....(*Ibid*, p.5-6). [20]

En nuestro país existen jóvenes que cuentan con cierto agrado hacia la música coreana, por medio del internet o por amigas es principalmente como se enteran de este género musical. Las jóvenes mexicanas suelen socializar con elementos básicos como el tener el agrado por el mismo género musical, por lo que suelen buscar a personas que cuenten con las mismas preferencias musicales para poder conversar e intercambiar ideas sobre la misma, al contar con un gusto definido

buscan expresarlo por medio de reuniones o conversaciones, principalmente con personas cercanas o incluso mayores a sus edades.

Las mexicanas k-popers con preferencia por el pop coreano suelen agruparse en grupos de amigos en los diversos lugares en donde tienen convivencia como el trabajo, la escuela o incluso es por medio de internet que se conocen las jóvenes mexicanas que son fans del k-pop, esto se debe al sentimiento que comparten entre ellas por el pop coreano, por medio de páginas electrónicas como Facebook consiguen información sobre otras personas con mismos intereses, en este caso la música es uno de los vínculos más importantes para que este sector de la población se relacione.

> "Festinger y sus colaboradores muestran que cuanto mayor es el grado de cohesión de un grupo, es decir, cuanto más valioso es el sentimiento o la actividad que los otros miembros intercambian con otros, mayor es la frecuencia media de interacción entre los miembros". (Back, 1950, citado por Homans 1999, 301). [21]

El internet en nuestro tiempos suele ser fundamental para llevar a cabo un sin número de actividades ha reemplazado a los viejos métodos de socialización pasando de lo verbal cara a cara a lo escrito, por medio de las redes sociales principalmente es como suelen las mexicanas conocer a otras jóvenes con preferencia por la música coreana.

Sin embargo no todas se conocen por internet hay chicas que se conocieron en la escuela y por casualidad coincidieron en los mismos gustos musicales, en las escuelas es común observar a chicas que portan tanto playeras como mochilas con el rostro de sus idols, o de actores coreanos.
En todos los niveles educativos es posible corroborar esto ya que orgullosamente suelen portar estos objetos.

> "El estudio de una interacción en circunstancias de copresencia es un componente básico de la puesta entre paréntesis de un espacio-tiempo que es tanto condición como resultado de una asociación humana".. (Giddens 2006, 72) [22]

Incluso son conocidas por su grupo de amigos o compañeros ajenos a este género que su amiga es fan de la música coreana, ya que sin duda alguna estas chicas por lo menos una vez han sido cuestionadas por sus gustos musicales, tanto por curiosidad como por ofensa. Existen chicas incluso que por tener gustos de música distintos o poco conocidos en comparación con los demás suelen ser violentadas en sus escuelas o trabajos ya que les dicen que son de gustos extraño o que simplemente hablan de "chinos", a lo cual muchas veces las jóvenes se sienten incomodas y prefieren relacionarse solo con chicas que las comprendan o con las que se sientan identificadas para poder conversas sobre sus artistas favoritos.

El grupo de amigas con el que suele relacionarse estas jóvenes mexicanas son pertenecientes al mismo club de fans, esto con el propósito de que entre ellas puedan intercambiar información sobre los nuevos productos, los conciertos o noticias de sus artistas. Además suelen acoger a su grupo de amistades a chicas de distintas edades desde preparatoria hasta las que son profesionistas. Para este género no hay edad de fans, lo suelen componer de muy variadas.

Lo importante para que puedan pertenecer al grupo de amigas de k-popers es tener los mismos gustos musicales y estar al tanto de ellos. Incluso cuando se encuentran ocupadas debido a alguna de sus actividades y no estén al tanto de ellos, por medio de sus amigas pueden enterarse de los nuevos videos, discos u otros eventos. Estas jóvenes suelen organizarse para por lo menos dedicarle una parte de su día a este género y en especial a sus artistas favoritos descubriendo que es lo nuevo que han publicado en sus redes sociales o en las páginas oficiales de las empresas.

Para coincidir con mayor frecuencia suelen agruparse de acuerdo al fandom[66] de pertenencia. Las jóvenes suelen salir con sus amigas k-popers a comer, de compras, etc. Esto con la finalidad de hablar de sus artistas o simplemente conversar sobre las nuevas tendencias de los mismos.

Ellas suelen divertirse mediante el intercambio de mercancías o datos de estos artistas, las convivencias entre ellas suelen relacionarse de forma pacífica ya que generalmente no suelen presentar vicios hacia sustancias dañinas como el alcohol, drogas, etc. Simplemente dedican una parte de su tiempo a conversar sobre algunos aspectos o situaciones de su vida y sobre las nuevas noticias o eventos que se relacionen con el k-pop.

Para ellas es muy común que los fines de semana se reúnan con sus amigas para conversas sobre los nuevos videos o simplemente para hablar sobre sus sentimientos hacia los mismos. Conforme se van conociendo por estas salidas su vínculo amistoso se fortalece, ya que suelen tener una muy buena relación entre ellas, a pesar de que solo coincidan en el gusto por un grupo.

De igual forma estas jóvenes suelen reunirse cuando es el cumpleaños de alguna perteneciente a su club de amigas y celebrar su cumpleaños y comúnmente entre todas suelen regalarle a la cumpleañera un disco o poster de su grupo favorito, ya que ellas aseguran solamente entre sus amigas existe la información de los nuevos discos que salen al mercado.

Las jóvenes suelen tener gustos distintos en cuanto a los grupos musicales ya que existen desde los románticos, rudos hasta los chicos de baladas. De acuerdo a las preferencias de la joven es como se van uniendo a estos clubs de fans. Sin embargo la mayoría de ellas tiene un gusto diversificado por ellos y suelen pertenecer a varios de ellos con distintos estilo, para ellas lo importante de ellos es su concepto y novedades que demuestren en sus videos musicales.

[66] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

Conforme se van conociendo más, el vínculo de amistad que existe entre las chicas por el k-pop es comienza a crecer, ya que aunque a veces no suelen coincidir todas por sus actividades que deben realizar, se toman un poco de su tiempo para reunirse con sus amigas a hablar por teléfono o realizar pijamadas en casa de alguna para ver conciertos o programas en vivo. Esto es posible gracias al internet pues Corea del Sur transmite estos programas pensando en sus fans extranjeras, mismos que ya suelen presentarlos subtitulados para hacerle más fácil el entendimiento y favorecerles con el público extranjero que no habla coreano.

Las jóvenes mexicanas aseguran sentirse emocionadas cuando se reúnen para ver estos programas, pues entre ellas suelen tener el mismo sentimiento cuando su grupo o grupos favoritos realizan un concierto o simplemente una participación. Entre ellas se comparten las páginas de internet, las fechas que se van a presentar y que grupos musicales son los que van a colaborar en ellos.

El gusto por este género les hace pasar un rato agradable, pues gracias a el se divierten con su grupo de amigas, simplemente les parece ameno el poder pasar una noche con sus amigas, comiendo, observando los programas o conciertos y simplemente intercambiando opiniones y comentarios sobre los mismos.

Las jóvenes se organizan para los gastos de lo que van a consumir de alimentos y en el hogar en el que realizaran la pijamada. Aunque esto implique generalmente para las mexicanas el desvelarse por la diferencia de horario que existe entre ambos países, a algunas fans no les molesta hacerlo incluso lo hacen con sus grupos de amigas puede ser en una casa o cada quien en la suya y por medio de las redes sociales o llamadas telefónicas comentan lo que les parecieron estos eventos.

En caso de que las fans no puedan desvelarse por tener que cumplir con tareas cotidianas como asistir a la escuela o al trabajo, en las redes sociales de algunas

fans asiáticas se encuentran explicaciones generalmente en ingles de cómo fue el evento o incluso pueden apreciarlo por videos que fueron tomados por las mismas, de una u otra manera las fans pueden estar enteradas de cómo es que sucedieron o van a suceder los eventos.

De igual forma las jóvenes tienden a crear proyectos para poder reunirse a celebrar el cumpleaños de sus artistas o el aniversario del debut de sus grupos favoritos, pero esto lo hacen las encargadas de administrar los denominados "grupos en línea" de Facebook, cada grupo cuenta con unas administradoras en nuestro país y son ellas las que se encargan de realizar publicaciones en esta red social, para que las pertenecientes al club de fans de los artistas estén enteradas de los eventos que organizan en conmemoración de ellos.

Las jóvenes se comunican mediante la red social y es por medio de ella que muchas jóvenes se enteran y se lo van transmitiendo a sus amigas, causando que muchas de ellas asistan a la reunión para demostrar el cariño a sus cantantes favoritos, incluso se realizan proyectos para publicarlo en la red social de Instagram o mediante otra y hacer que se enteren, sin necesidad de realizar folletos o algunos otros carteles, por medio de la comodidad que ofrecen las redes sociales las mexicanas suelen ponerse de acuerdo para que estas reuniones sean realizadas de acuerdo a las preferencias del club de fans de sus grupos favoritos.

La admiración que demuestran estas fans, queda demostrado en estas reuniones en las que se pueden adquirir recuerdos de la misma con una módica cantidad, en las reuniones suelen jugarse juegos que como recompensa tienen premios como posters o fotos de los artistas, datos sobre los mismos o simplemente pláticas sobre el motivo de la reunión y sus planes a futuro como club de fans, de acuerdo a la organización que presenten estas administradoras es como las fans asisten a las reuniones, ya que cuando no se planifican adecuadamente las fans expresan su insatisfacción en las páginas de internet o simplemente no asisten a ellas de nuevo.

Las mexicanas demuestran una fuerte influencia de sus artistas a los que consideran como cercanos ya que la mayoría del día los observan por internet, escuchan sus canciones, etc. Los idols siempre están presentes en su vida de las mexicanas, por medio del internet se enteran de las novedades de ellos, ayudándoles a que la distancia no sea un impedimento para poder seguir este género musical.

El internet también les ayuda a realizar el intercambio de las llamadas photocards, en donde de igual forma en facebook o en otras redes sociales comparten las fotografías de las tarjetas que obtuvieron en su disco o souvenir y si no es su favorito pueden intercambiarla con personas tanto nacionales como extranjeras por medio de la correspondencia.

El inmenso movimiento que presentan en las redes sociales es admirable, estas jóvenes investigan en los grupos que existen en línea para poder conseguir la photocard de su preferencia, contactan a la persona por medio del internet, se ponen de acuerdo para verse en un lugar de la cuidad en caso de que vivan en la misma, cuando son las chicas pertenecientes a distinta cuidad o país utilizan el correo para poder mandarse estas tarjetas.

Las denominadas photocards han causado que las fans mexicanas continúen utilizando medios tan tradicionales como lo es el correo en nuestro país, para conseguir que estas photocard no sufran los estragos de la transportación suelen envolverlas en papel burbuja o incluso adquieren en papelerías cajas de cartón o de algún otro material para que lleguen sin ningún rasguño, en caso de que estén maltratadas las fans suelen no recibirlas en especial las extranjeras ya que deben estar en óptimas condiciones para que el cambio se pueda realizar.

Las jóvenes mexicanas implementan sumo cuidado en ellas y la paquetería con métodos seguros, primero el acuerdo se lleva a cabo por medio de las redes sociales y en caso de que sea internacional el uso de inglés es como consiguen

intercambiarlas por su artista favorito. Esta acción es algo riesgosa ya que corren el riesgo de no recibir su favorita o simplemente que la persona en especial si es extranjera se arrepienta y no reciban la photocard pensada, las jóvenes mexicanas a pesar de eso continúan realizando esa acción pues la mayoría las colecciona de uno o más de sus artistas favoritos.

Conforme son las nuevas versiones de los discos estas tarjetas son adquiridas y son deseadas por muchas de las k-popers ya que pocas son las que cuentan con la colección de todas ellas con su artista favorito. Generalmente suelen imprimirse más photocards individuales, pero dependiendo el concepto del disco y la versión que se encuentre como en idioma coreano, chino, japonés o que sea un dvd o producto, la photocard podrá ser individual o grupal y las poses de las mismas en caso de que sean individuales la mayoría suelen ser tomadas por los mismos artistas, causando en las fans un mayor acercamiento a ellos ya que de acuerdo a sus gustos son elegidas las fotos que serán impresas en las photocards.

Esta es una de las estrategias más utilizadas por las agencias de k-pop para que los fanáticos continúen adquiriendo los productos, en busca de su photocard favorita y en caso de que no la encuentren, deseen adquirir otro y otro disco para poder así completar su colección. Las jóvenes mexicanas entre sus grupos de amigas suelen intercambiar las photocards y en caso de que entre ellas no encuentren la deseada se organizan para poder conseguir la que desean por medio de la publicación de las redes sociales como Facebook con fanáticas que están ahí con el mismo propósito.

No se sabe con exactitud cuántas photocards se imprimen de cada miembro ya que suelen presentarse ocasiones en donde el disco trae una, dos, tres o incluso ninguna de estas photocards, esta estrategia tan simple motiva a que los disco sean deseados de forma constante por las fanáticas, en especial son las fans coreanas las que postean en las redes sociales las colecciones que tienen por lo

que las fans extranjeras, desean de igual manera tenerlas para no quedarse atrás como fans.

Por medio de los contactos de sus amigas y en los grupos en línea de los que ellas son miembros, es como esta acción es llevada a de forma exitosa, sin embargo en caso de que no encuentren a alguien con quien intercambiarla, las jóvenes pueden incluso encontrarlas en el mercado en línea y con depósitos bancarios pueden conseguirlas. Este es el método que la mayoría de las jóvenes consigue su photocard favorita a menos de que no la encuentre, recurren a comprar varios discos para tener otras oportunidades de conseguirlas.

Las fans suelen expresar sus sentimientos al descubrir que photocard consiguieron en su disco, incluso mediante videos en donde destapan sus discos muestran a la comunidad que photocard consiguieron o incluso explican que contiene los discos para que más fans se convenzan y lo adquieran más adelante. Estas grabaciones pueden encontrarse en todos los idiomas y generalmente son las fans coreanas las que suelen realizarlas primero, ya que por la cercanía con las tiendas de discos pueden adquirirlos en preventas, mientras que las fans extranjeras suelen adquirirlos después de tiempo.

Las mexicanas suelen intercambiar de igual forma las redes sociales de páginas en línea en las cuales se pueden adquirir los discos, tanto en precio como en los días que toma para mandarlos a nuestro país, son muy importantes para estas fans que desean tener en sus manos lo más rápido posible sus discos con photocard. El misterio que desatan estas tarjetas es asombroso ya que no se sabe con exactitud cuál es la que contiene el disco, las fans asiáticas son las que descubren los misterios de los discos, después de una difícil búsqueda lo publican en las redes sociales, se traduce a distintos idiomas, en especial el inglés para que tanto las fans coreanas como las extranjeras tengan en cuenta estos códigos al adquirir sus discos.

2.5 Metas académicas y profesionales de fans del pop coreano.

La educación siempre ha sido un pilar esencial para que los países consigan tener un buen desempeño, la construcción de una buena población es la educación, mediante ella es como se pueden adquirir conocimientos, es uno de los mayores instrumentos que pueden ayudar a combatir la pobreza.

Son los países desarrollados los que en general cuentan con las mejores bases educativas, el estado se encarga de que toda su población pueda tener aspiraciones educativas mayores para después esa población sea capital humano utilizable.

> "La educación entrega beneficios considerables y sistemáticos en materia de ingresos y contrarresta el aumento de la desigualdad, pero este potencial a menudo no se aprovecha debido a niveles de aprendizaje alarmantemente bajos. Entregar a todos los niños y las niñas una educación de calidad que les ayude a adquirir habilidades necesarias en el mundo del trabajo es clave para poner fin a la pobreza antes de fines de 2030" (Banco Mundial). [23]

A pesar de que es conocido que la educación es la clave del futuro muchos países en especial los latinoamericanos no suelen contar con los recursos necesarios para poderla brindar a toda su población, son en general los países asiáticos los que apuestan todo por la educación, normalmente son los número uno en las pruebas de conocimientos que se realizan a nivel mundial y están siempre en búsqueda de sobresalir como sociedad.

A pesar de que algunos países han sufrido invasiones extranjeras y cuentan con territorios que no producen recursos naturales como Corea del sur han sabido a provechar una de las herramientas poderosas con las que cuentan, el capital humano.

Los coreanos comenzaron a apostar todo por la educación y a lo largo del tiempo han sabido sobresalir en el mundo.

Mientras que otros países continúan sin aprovechar el capital de humano como es el caso de México, en donde miles de jóvenes y niños no pueden acceder a una educación de forma segura, ya que sus posibilidades económicas son menores y el estado no ha sabido como aprovecharlos, ya que son el futuro del país.

Comúnmente los países que cuentan con recursos naturales son dependientes de ellos y permiten que extranjeros se apoderen de ellos, cuando en realidad debería ser de forma contraria, mientras que los países que no cuentan con los recursos naturales comienzan a capacitar a su población en otros sectores para que puedan hacer frente a la competencia mundial.

Solo pueden poner en practica a la población capacitándola en tareas como la educación superior, facilidades para estudiar tanto a nivel nacional como extranjero y algo muy importante inculcarles a consumir las marcas que sean pertenecientes a su país en lugar de las marcas extranjeras.

Los coreanos suelen ser fanáticos de las cosas que son producidas en su país, ya que aseguran es una forma de estabilizar el mercado, esto se debe a que aseguran que si se continúan consumiendo los productos, las empresas deberán realizarlos e incluso exportarlo a lo largo del mundo.

Tabla 17. Corea del Sur vs. México: población y matrícula de primaria y secundaria, 1960-2005

Año	Corea del Sur			México		
	Población	Primaria	Secundaria	Población	Primaria	Secundaria
1960	24,665,000	3,622,685	528,593	34,923,000	5,342,092	234,980
1970	33,119,000	5,749,301	1,318,808	50,695,000	9,248,190	1,102,217
1980	38,455,000	5,658,002	2,471,997	67,944,100	14,666,257	3,033,856
1990	42,789,000	4,868,520	2,275,751	85,376,300	14,401,588	4,190,190
2000	47,069,000	4,019,991	1,860,539	100,569,300	14,792,528	5,349,659
2005	≈48,000,000	4,022,895	2,015,022	≈106,451,679	14,498,302	6,001,426

Fuentes: Elaboración propia, a partir de los datos de las tablas 2 y 6.

Fuente: INEE. (2013). Capitulo 2. Contrastes de los dos países. En *La educación en México y Corea del Sur.* p.31. Recuperado de http://www.inee.edu.mx/images/stories/Publicaciones/Cuadernos_investigacion/27/Partes/corea05.pdf

El cuadro de arriba es ejemplo de ello, a pesar de que México cuenta con un mayor índice de población en comparación con Corea del Sur, no ha sacado al máximo su potencial.

Un gran número de ocasiones los niños se ven obligados a abandonar sus estudios por falta de recursos naturales, mientras que los países asiáticos generalmente todos los padres pueden ofrecer una educación más adelante a sus hijos debido a que cuentan con mejores posibilidades económicas.

Tabla 29. Instituciones y alumnos en educación superior en Corea del Sur y México, por tipo de IES y control, 2005

COREA DEL SUR, 2005				MÉXICO, 2005 (SEDES)			
Tipo	Control	IES	Alumnos	Alumnos	IES	Control	Tipo
Universidades Generales	Público	26	400,668	619,534	141	Público	Universidades Generales
	Privado	147	1,458,971	677,100	425	Privado	
	Subtotal	173	1,859,639	1,296,634	566	Subtotal	
Otras IES	Público	--	--	*	111	Público	Otras IES
	Privado	5	1,125	*	919	Privado	
	Subtotal	5	1,125	*	1,030	Subtotal	
Universidades Industriales	Público	8	90,324	769,050	243	Público	Institutos Tecnológicos
	Privado	11	98,531	---	---	Privado	
	Subtotal	19	188,855	769,050	243	Subtotal	
Universidades de Educación	Público	11	25,141	92,044	385	Público	Escuelas Normales
	Privado	--	--	49,800	79	Privado	
	Subtotal	11	25,141	141,844	464	Subtotal	
Junior Colleges (2 años)	Público	14	36,153	81,300	67	Público	Universidades Tecnológicas
	Privado	147	820,411	---	---	Privado	
	Subtotal	161	856,564	81,300	67	Subtotal	
Universidad a distancia y Cyberuniversidades	Público	1	282,023	---	---	Público	Universidad a distancia
	Privado	15	53,156	---	---	Privado	
	Subtotal	16	335,179	---	---	Subtotal	
Posgrado	Público	---	85,177	89,400	49	Público	Posgrado
	Privado	---	197,048	67,400	---	Privado	
	Subtotal	---	282,225	156,800	---	Subtotal	
Total	Público	60	919,486	1,651,328	996	Público	Total
	Privado	325	2,629,242	794,300	1,423	Privado	
	Total	385	3,548,728	2,445,628	2,419	Total	

Notas: * Las cifras de las otras IES están incluidas en las de universidades generales.
Fuentes: tablas 5 y 9. MERHD, 2005; SEP, 2005.

Fuente: Fuente: INEE. (2013). Capitulo 2. Contrastes de los dos países. En *La educación en México y Corea del Sur.* p.53-54. Recuperado de http://www.inee.edu.mx/images/stories/Publicaciones/Cuadernos_investigacion/27/Partes/corea05.pdf

La educación es importante para impartir en el sector juvenil, los países deben de colocarles una gran parte de la atención que les dedica a los demás sectores tanto los niños como los jóvenes son importantes para cada país ya que al paso de los años serán los que mantengan económicamente el país hasta que sean reemplazados por sus hijos, los jóvenes son el futuro de cada país, en algunos países a pesar de implementar nuevas medidas educativas también se han dado mayores libertades como el consumo de marihuana, alcohol y otras drogas son constantes en nuestra juventud, que es víctima del narcotráfico por falta de oportunidades laborales al tener la idea de no aspirar a puestos mayores más que de narcotraficantes.

Por ello ha resultado inútil que a pesar de que México cuenta con un mayor número de escuelas, también cuenta con un mayor número de alumnos que generalmente debido a la situación económica de sus padres deben abandonarla para poder contribuir con los gastos de su hogar o simplemente por decepción ya que por lo general los jóvenes que terminan la universidad no suelen tener oportunidades para empleos que aprecien su intelecto, sino por el contrario se deben de adaptar a políticas que les colocan las empresas para poder continuar con su empleo, suelen preferir el camino de la facilidad que promueve la ilegalidad.

> "A las nuevas generaciones se les propone globalizarse como trabajadores y como consumidores. Como trabajadores, se les ofrece integrarse a un mercado liberal más exigente en calificación técnica, flexible y, por tanto inestable, cada vez con menos protección de derechos laborales y de salud, sin negociaciones colectivas ni sindicatos, donde deben buscar más educación para finalmente hallar menos oportunidades. En el consumo, las promesas del cosmopolitismo son a menudo incumplibles si al mismo tiempo se encarecen los espectáculos de calidad y se empobrecen –mediante la creciente deserción escolar– los recursos materiales y simbólicos de la mayoría". (Canclini 2004, 44) [24]

Mientras que los jóvenes coreanos son competitivos debido a que conforme obtengan estudios, es como van a poder conseguir mejores empleos tanto a nivel nacional como internacional, la población coreana cuenta con la mejor tecnología educativa y con alumnos que se preparan día a día para ser los mejores.

En el caso de México se vive una escasa oportunidad para algunos jóvenes ya que no pueden acceder a la educación o simplemente no son motivados por ninguna, es uno de los grandes problemas que afecta a nuestro país. De acuerdo con algunas de los artículos del periodo el economista.

México se coloca en el quinto país con mayor número de jóvenes entre 15 y 29 años que no trabajan, no estudian, ni se capacitan con 22.1% de este sector de la población en esta condición, arroja un nuevo estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).[67]

Las metas académicas son esenciales en nuestros días, en general son los jóvenes las que deben de planificarlas, tanto a mediano, corto como a largo plazo, es importante contar con algunas de ellas. Estos objetivos son parte de nuestra vida académica y de acuerdo a la planificación de cada uno es como los lleva a cabo.

Las metas en especial las relacionadas con el ámbito académico suelen desarrollarse conforme el individuo adquiere habilidades a lo largo de su vida principalmente, son un factor de suma importancia en nuestra vida cotidiana, existen múltiples tipos de metas, algunas de las principales son las metas relacionadas con la tarea, las metas relacionadas con la autovaloración (con el "yo"), metas relacionadas con la valoración social y las metas relacionadas con la consecución de recompensas externas.

[67] Langer, A. (2016).22% de los jóvenes en México son ninis: OCDE. Periódico El Economista.

Cuadro 17

Tabla 1
Metas de la actividad escolar (Alonso, 1991, p. 19)

Metas relacionadas con la tarea	• Incrementar la propia competencia *(Motivación de competencia)* • Sentirse absorbido por la naturaleza de la tarea *(motivación intrínseca)* • Actuar con autonomía y no obligado *(motivación de control)*
Metas relacionadas con la autovaloración (con el «yo»)	• Experimentar el orgullo y satisfacción que sigue al éxito *(motivación de logro)* • Evitar la experiencia de «vergüenza» o «humillación» que acompaña al fracaso *(miedo al fracaso)*
Metas relacionadas con la valoración social	• Experimentar la aprobación de los adultos y evitar su rechazo • Experimentar la aprobación de los iguales y evitar su rechazo
Metas relacionadas con la consecución de recompensas externas	• Conseguir todo lo que signifique premios o recompensas • Evitar todo lo que signifique castigo o pérdida de situaciones, objetos o posibilidades valoradas

Fuente: Alonso (1992). p.19. Tomado por Cabanach, R. G., Martínez, S. R., García, J. A. G. P., & Pérez, J. C. N. (2006). Metas académicas, estrategias cognitivas y estrategias de autorregulación del estudio. *Psicothema, P. 49*. Recuperado de http://www.psicothema.com/pdf/4.pdf

De acuerdo a las características de cada uno es como las va adoptando, generalmente es desde la edad juvenil hasta la edad adulta que comienza a desarrollarse, pero estas metas pueden desarrollarse a edades más tempranas o simplemente nunca desarrollarse.

Los coreanos siempre han demostrado querer ser lo mejor en todo, día a día miles de ellos asisten a cursos en donde puedan adquirir mayores conocimientos sobre distintas áreas tanto idiomas, cultura, historia, finanzas, etc. Los jóvenes en especial saben que la etapa de vida en la que se encuentran es en la que mayormente deben esforzarse para poder conseguir un buen futuro, el tener una vejez tranquila y segura económicamente, es uno de los pensamientos que se les inculcan a los coreanos desde que nacen, cada día están proponiendo nuevas ideas para negocios que se puedan realizar de acuerdo con los nuevos intereses de la población y que sean novedosos tecnológicamente.

Como menciona Max Weber en su obra *Sobre la teoría de las ciencias sociales* (1992) [68], los hombres suelen acomodarse en el terreno que está asegurado el éxito, al nivel de los medios mediante la realización de sus ideales, o en este caso de acuerdo a como progresa la tecnología y sus medios de comunicación.

La juventud siempre busca salir adelante pues saben que la competencia entre ellos es muy dura. Las fans extranjeras pueden conocer estos acontecimientos debido a sus idols que siempre están aprendiendo nuevas cosas, incluso algunos de ellos tuvieron que coordinar su etapa estudiantil con la artística o incluso mientras son cantantes de igual forma estudian la universidad o maestría. Siempre están pensando en el mañana y están seguros que en carreras que duran poco tiempo, su esfuerzo debe ser mayor cada día.

Desde etapas juveniles son educados para pensar en el futuro, incluso muchos de ellos comienza a formar planea a futuro tanto para ellos como para sus hijos

[68] Weber, M. (1992). *Sobre la teoría de las ciencias sociales*. Planeta-De Agostini.

incluso aunque todavía no los tengan, constantemente están pensando y ahorrando para que cuando sus hijos nazcan a que universidad asistirán, a que cursos ingresaran, que herencia tanto intelectual como monetaria les pueden dejar, etc.

> "Siendo la sociedad producto de mentes en intercambio constante, las leyes sociales deben en ultima instancia reducirse a leyes psicológicas, puesto que los acontecimientos de la vida social, incluso sus convenciones, han de ser el resultado de motivaciones que surgen de las mentes de hombres individuales"...(Miller 1995, 372) [25]

A pesar de que el panorama de la educación en México no es muy alentador debido a que un sector de la población son ninis, también existen jóvenes que se preocupan por el futuro, ante ello continúan estudiando al ritmo que les es posible, en especial el superior para tener una mayor conciencia de su situación, muchos jóvenes no han perdido la esperanza en el país y cada día se levantan para ser mejores personas tanto en nivel moral como económicamente.

> "El razonamiento de Rostow es una versión del enfoque mercantilista denominado teoría de la modernización, que sostiene que las sociedades de renta baja solo podrán desarrollarse económicamente si abandonan sus materias tradicionales y adoptan las modernas instituciones económicas, las tecnologías y los valores culturales que hacen hincapié en el ahorro y la inversión productiva.... Los valores culturales y las instituciones sociales tradicionales de los países de renta baja entorpecen su efectividad económica. Por ejemplo, según Rostow, muchas personas en estos países carecen de una ética estricta del trabajo; prefieren consumir hoy que invertir para el futuro".....(Rostow 1961 citado por Giddens 2006, 397) [26]

Sin embargo el k-pop ha impactado de igual forma de distintas maneras a las jóvenes mexicanas, después de ver el modelo económico que ha seguido Corea del Sur descubierto después de convertirse en fans del kpop.

Los idols, unas personas con gran influencia en sus vidas diarias, en los programas de televisión a los que asisten o ellos de forma voluntaria en entrevistas lo mencionan algunos de sus planes a futuro el continuar estudiando ya sea mientras están llevando a cabo su carrera artística o como planes a futuro.

La sociedad coreana se caracteriza por tener a la educación como un pilar esencial en la vida de todos los jóvenes, esto es conocido por todas sus fans y ello comienza a influir en las mexicanas, la mayoría de las fans del k-pop no cuenta con hijos y se encuentra cursando la educación básica, superior o incluso son profesionistas.

Esto podría deberse a que cuentan con un modo de pensar distinto, son jóvenes que quieren salir adelante y que muchas por influencia de los artistas de k-pop, piensan que ellas deben de hacer lo mismo en sus vidas, buscar nuevos cursos para capacitarse académicamente, suelen admirar todo el esfuerzo que realizan, ayudándoles a motivarse para realizar lo mismo en sus vidas.

Resulta interesante pues la mayoría de las mexicanas que tienen por gusto este género, suelen ser solteras o incluso no cuentan con una relación sentimental, algunas aseguran que sus estereotipos cambiaron después de conocer el k-pop ya que los coreanos generalmente han demostrado ser una raza con ciertas características especiales, la cultura tiene muy presente que deben de cuidar a las mujeres y a su familia en general, es decir desde pequeños se les enseña a ser caballerosos en especial con las mujeres esto ha sido uno de los detalles que han conquistado a las mujeres mexicanas.

Por otra parte otras jóvenes aseguran que debido a que se encuentran concentradas en sus carreras profesionales no desean tener una relación actual, generalmente las jóvenes que forman parte de este género suelen ser adolescentes o jóvenes que se encuentran cursando desde la escuela secundaria hasta posgrados, de igual forma incluso al conocer a los coreanos han

desarrollado motivaciones por continuar su educación básica, media superior, superior, posgrado, etc.

Las jóvenes tienen claro que aun les falta un camino por recorrer y que la educación es esencial en estos días en especial en nuestro país, el contar con mayores estudios en la mayoría de las ocasiones es benéfico para poder ascender a puestos de trabajo.

El conocer este género musical ha sido uno de los motores para que continúen reparándose para su futuro, con el crecimiento de la oferta educativa, las jóvenes pueden adquirir nuevos planes a futuro, la globalización ha ayudado a que las jóvenes por medio de sus medios de comunicación electrónica, este en contacto con personas que cuenten con los mismos intereses académicos.

Las jóvenes mexicanas con agrado por la cultura coreana han comenzado ha adoptar algunos de sus hábitos positivos como lo han sido el respeto, la preparación académica, algunas incluso han comenzado a incorporar tareas o hábitos que ellos realizan como el ver más allá.

Las jóvenes coreanas suelen hacer un balance de su tiempo para poder cumplir con las múltiples tareas escolares què deben de cumplir, pero en periodos cortos de tiempo pueden dedicarle a este género musical, comprar su mercancía, asistir a eventos como conciertos o reuniones de fans, etc.

Esta organización ha sido retomada por algunas de las mexicanas incluso sincronizan sus tareas escolares con la música coreana, se coordinan para realizar las dos tareas al mismo tiempo como forma de inspiración, realizan sus tareas con mayor rapidez, o simplemente en su trayecto a sus labores escuchan las canciones de sus artistas favoritos.

Este gusto por la música coreana de igual forma ha dejado en la sociedad mexicana buenos hábitos profesionales, las jóvenes que tienen el gusto por el pop coreano han sido motivadas por el mismo para realizarse a nivel profesional, este es uno de los factores por los cuales las mexicanas han comenzado ha desarrollar algunos planes estratégicos en cuanto a su futuro:

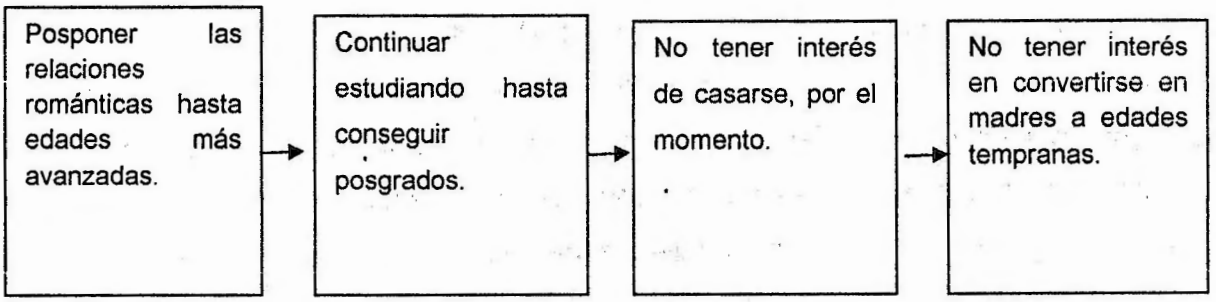


Figura 17. Esquematización de los planes a futuro por parte de fans k-popers. Elaboración propia.

2.6 Estudio de idiomas y de música

El lenguaje suele ser denominado como un sistema de comunicación, es común que el hombre mediante la expresión de símbolos logre entenderse entre los de su misma especie, por medio de el es como se pueden llevar a cabo todas las actividades. El lenguaje es un elemento fundamental que impone al hombre la cultura, es por medio de él que se rige la comunicación en ella y entre sus integrantes.

Se dice que en el mundo existen de 3.000 a 5.000 lenguas, es impresionante todas las formas de comunicación que ha logrado desarrollar el hombre a través de su historia para poder comunicarse con su grupo social, desde el hacer sonidos hasta la incorporación de palabras, el lenguaje ha sido único y elaborado de acuerdo a cada país. Conforme son las divisiones del mundo cada continente cuenta con lenguajes característicos en donde incorporan uno o dos lenguajes oficiales. Desde siempre la migración ha sido uno de los factores por los cuales los países han contado con lenguajes extranjeros en el mismo.

> "En la actualidad, muchos estados del mundo se caracterizan por tener poblaciones multiétnicas. Lo habitual es que hayan llegado a esta situación a través de los siglos.....En esta época de globalización y de rápidos cambios sociales, un numero creciente de estados se esta enfrentando a los abundantes beneficios y complejos desafíos que plantea la diversidad étnica". (Giddens 2006, 478). [27]

Otro de los factores que ha favorecido el multilingüismo es el motivar la convivencia entre todos los países del mundo, por medio de acuerdos comerciales, de paz o políticos, los países firman acuerdo de acuerdo a sus necesidades de cada uno. En la actualidad es común que presidentes de países o algunos otros funcionarios asistan a países cercanos o incluso que se encuentren al otro lado del mundo para poder llevar a cabo estos acuerdos.

> "El multilingüismo, factor esencial de la comunicación armoniosa entre los pueblos, reviste especial importancia para las Naciones Unidas. Al tiempo que favorece la tolerancia, el multilingüismo asegura una participación más amplia y efectiva de todos en el trabajo de la Organización, así como una mayor eficacia, mejores resultados y una implicación mayor.
> El árabe, el chino, el español, el francés, el inglés y el ruso son los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas. El francés y el inglés son los idiomas de trabajo de la Secretaría de las Naciones Unidas y se utilizan en los intercambios profesionales cotidianos" (ONU 2015). [28]

Los mexicanos contamos con un lenguaje que es universal y a pesar de contar con distintas lenguas indígenas que fueron dejadas a tras la conquista de españoles, en la actualidad nuestro idioma oficial es el español, es común que los mexicanos crezcamos con la inculcación del mismo, tanto hombre como mujeres. El español es uno de los idiomas más hablados en el mundo y nuestro país posee el mayor número de personas que lo hablan como lengua materna o como segunda lengua.

Nuestro país a través de la migración de incluso países asiáticos lejanos como Corea del Sur ha comenzado a ser un país multicultural, en el cual de acuerdo a zonas de la Cuidad de México y de otros estados los coreanos han comenzado a ser vistos de forma más frecuente en nuestro país.

> "Los primeros inmigrantes coreanos llegaron a México en 1905. Era un grupo formado por 802 hombres y 231 mujeres y niños, que zarpó del puerto de Chemulpo, en el barco Ilford. Su destino final eran las haciendas henequeneras de la península de Yucatán. Cuando llegaron, los trabajadores coreanos fueron prácticamente esclavizados, aunque tras el estallido de la Revolución y el descubrimiento de nuevas fibras, sobre todo sintéticas, el cultivo del henequén se vino abajo y las haciendas fueron abandonadas".

> "Una nueva ola migratoria coreana llegó al país a mediados de la década de los 90 del siglo pasado, cuyos integrantes se establecieron en la ciudad de México, Yucatán, Baja California, Estado de México, Tlaxcala y Puebla; y durante los últimos diez años han llegado a México muchos ejecutivos coreanos para laborar en las más de mil 700 empresas con capital coreano instaladas en Tijuana y Mexicali, fundamentalmente. En la actualidad se estima que en el territorio nacional viven unos 15 mil coreanos, de tal manera que México ocupa el tercer lugar en el número de inmigrantes coreanos, después de Brasil y Argentina".(Documental elaborado por el Canal 11, 2015). [29]

Con el intercambio de comunicación que llevan a cabo las jóvenes a través de las redes sociales es como pueden mantenerse en contacto con personas similares, esto se lleva a cabo por medio de las redes sociales traducidas a todos o si no a la mayoría de los lenguajes, en donde jóvenes de países a los que nunca han visitado pueden conocerlos por medio del internet a través de diversos portales en línea.

Los jóvenes de hoy cuentan con herramientas electrónicas de gran utilidad en su vida cotidiana, no solo para desempeñar sus tareas cotidianas sino para tener conocimiento de otros países, esta es una de las acciones que realizan las mexicanas fanáticas del k-pop.

Debido al auge económico y de factores culturales como el k-pop Corea del Sur ha comenzado ha ser notado por todo el mundo paso de ser una sociedad cerrada debido a todas las invasiones que sufrió en años anteriores a un país abierto a los extranjeros, ha comenzado a ofrecer distintas oportunidades para la visita del país, los arreglos comerciales y otros eventos.

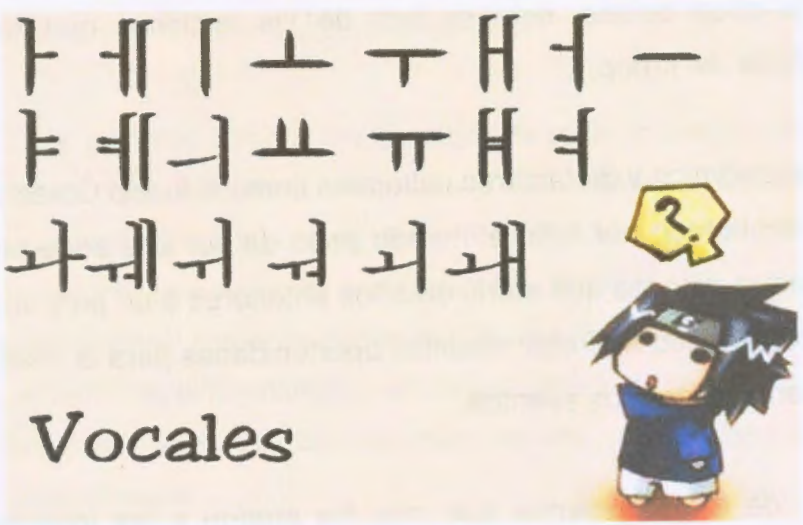
El k-pop es uno de los fenómenos que más ha atraído a las jóvenes al país asiático, principalmente por el uso del internet es como pueden encontrar mayor

información sobre este género musical o incluso otros datos relacionados con este país.

Este es un evento que sucede día a día en nuestro país y como ejemplo de ello es el k-pop en la vida de las jóvenes mexicanas, este género ha comenzado a provocar curiosidad por el idioma coreano en la mayoría de sus fans ya que siempre quiere saber más sobre este género, sus artistas, su país, su cultura, etc. Debido a la existente barrera del idioma que existe entre México y Corea del Sur, las jóvenes residentes de la Cuidad de México deciden comenzar a estudiar el idioma coreano hasta frases, en internet o de forma presencial.

Su estudio comienza desde el hangul[69] que fue promulgado en el año de 1446 en ese año era llamado Hunminjeongeum por el Gran Rey Sejong de la dinastía Joseon, fue hasta 1910 que recibió el nombre de hangul. A pesar de presentar un grado de dificultad para aprender muchas de las mexicanas por amor a esta cultura, cuando comienzan a aprender el idioma coreano deben volver a sus etapas de kínder ya que debido a que es un idioma totalmente diferente al español es como si de nuevo aprendieran a hablar y escribir.

El hangul se compone en 11 vocales simples y 10 compuestas.



[69] Para conocer el significado consultar el glosario en la página número 219

Y 14 consonantes simples y 5 dobles.



Figuras 18 y 19. Utilizadas como referencia para dar a conocer el hangul. Imágenes extraídas de http://aprendecoreano-dianaru.blogspot.mx/2011/10/aprende-escribir-coreano-hangeul.html

Las jóvenes residentes de la Cuidad de México suelen tener mayor facilidad de llevar esto a cabo en comparación con las fans de los otros estados de la República Mexicana, debido a que la Cuidad de México cuenta con mayor cercanía de extranjeros, donde se encuentran las mayores instituciones económicas, por lo que es en donde más escuelas de coreano existen.

> "La Ciudad de México se define como una cuidad que genera las condiciones más favorables para el conocimiento científico y tecnológico en el país. Esto es, orientada cada vez más hacia una "economía del conocimiento". Es aquí donde existen más museos, galerías, y salas de arte, teatro y cines, donde tienen su sede las principales instituciones de educación superior y posgrado del país y donde también radica el grueso de los trabajadores que conforman "la clase de servicios" surgida en la sociedad posindustrial"... (Bassols 2015, 53). [30]

Cuadro 18

Escuelas de coreano con mayor popularidad entre las jovenes residentes de la Cuidad de México

Academia Asiatica Mir[70]
Academia Ninshi[71]
Acia [72]
Cele UNAM[73]
Centro cultural coreano[74]

Fuente: Elaboracion propia. Este cuadro se realizo para hacer referencia a las escuelas de coreano más conocidas entre las jovenes mexicanas y a las cuales algunas asisten para aprender coreno.

En su mayoría las jóvenes mexicanas pueden estudiar coreano en línea o coordinar sus actividades escolares y laborales, para aprender el idioma que en su mayoría de las escuelas cuenta con profesores nativos de Corea del Sur que se encuentran estudiando o trabajando en nuestro país de forma permanente o temporal, de igual forma al concluir el idioma coreano en la embajada u otra institución, los mexicanos pueden certificarse con el examen TOPIC[75] que tiene validez curricular.

> "Nadie «elige» su lengua nativa, aunque aprender a hablar supone precisos elementos de avenencia. Puesto que toda lengua constriñe el pensamiento (y acción) en el sentido de que presupone un dominio de propiedades enmarcadas, gobernadas por reglas, el proceso de aprender una lengua impone ciertos límites a la cognición y la actividad.

[70] Para mayor información consultar la página de internet https://www.facebook.com/Academia-Asi%C3%A1tica-MIR-902024309836699/
[71] Para mayor información consultar la página de internet http://www.acaninshi.com/
[72] Para mayor información consultar la página de internet http://www.acia.com.mx/quienes/
[73] Para mayor información consultar la página de internet http://cele.unam.mx/index.php?categoria=2&subcategoria=5
[74] Para mayor información consultar la página de internet https://mexico.korean-culture.org/es/welcome
[75] Para mayor información consultar el portal de internet http://www.topik.go.kr/usr/lang/index.do?home_seq=221

. Pero al mismo tiempo, aprender una lengua aumenta grandemente las capacidades cognitivas y prácticas del individuo" (Giddens, 2006, p.201). [31]

Cuadro 19

Clasificación	Pruebas	Categorización	Descripción
TOPIKI (inicial)	Comprensión lectora/auditiva (opciones para elegir)	1	Es capaz de utilizar expresiones básicas para la vida diaria como la presentación personal y hacer pedidos en una tienda o restaurante.
		2	Es capaz de mantener una conversación con expresiones básicas.
TOPIKII (intermedio y superior)	Comprensión lectora/auditiva (opciones para elegir) Redacción	3	Dispone de conocimiento sobre las diferencias entre la lengua hablada y la escrita.
		4	Es capaz de comprender los contenidos de las noticias y de los diarios en coreano. Además maneja frases para satisfacer necesidades en las instalaciones públicas.
		5	Es capaz de hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines profesionales y sabe expresarse adecuadamente sea en lengua escrita o hablada en ocasiones oficiales e informales.
		6	Es capaz de hacer un uso dominante del idioma para fines profesionales e incluso comprender a la perfección temas desconocidos sean políticos, sociales, culturales o económicos.

- **Organización responsable:** Instituto Nacional para la Educación Internacional
- Los detalles sobre la prueba se encuentran en su página oficial.
- **Página oficial:** http://www.topik.go.kr/usr/lang/index.do?home_seq=221 (inglés)
- **Consultas:** +82-2-3668-1331 (coreano e inglés)

Fuente: Niveles de certificacion del idioma coreano. Extraido de Visitkorea (2016). Recuperado de http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/CU/CU_SP_8_6_5.jsp

Ante el auge de este género musical en nuestro país diversas instituciones han comenzado a tomar en cuenta a las fanáticas residentes de la Cuidad de México principalmente, en embajada de Corea del Sur en México, comenzó a realizar distintas convocatorios para talleres de gastronomía, manualidades, ponencias sobre las relaciones comerciales, festivales de cine, convocatorias para ir a estudiar entre ambos países licenciaturas o posgrados y para estudiar el idioma coreano, el registro se realiza en internet y cuenta con distintos horario, los cursos son gratuitos, solo deben comprar los libros por una módica cantidad.

Estos eventos han sido realizados con la finalidad de dar a conocer en forma más concreta al pais sur coreano, debido al auge que presenta en nuestro pais la

embajada continua realizando distintos eventos que pueden ser consultados en su portal electronico, incluso permite tanto a los alumnos como a los que no lo son informarse sobre los que van a presentarse para que las fans mexicanas continuen interesadas por la cultura.

El k-pop es un elemento caracteristico de los coreanos en Mexico, la mayoria de las jovenes mexicanas empezaron a investigar sobre este pais debido a su música que esta presente en cada vez más jovenes. El k-pop es un fenomeno que se encuentra de moda en nuestro pais y es traves de el como las mexicanas han comenzado un intercambio mayor con este pais. Incluso en las redes sociales de la embajada coreana se pueden encontrar publicaciones de los nuevos eventos, en donde pueden comentar lo que les parecen:

- Calendario de labores
- Convocatorias
- Dias festivos
- Eventos
- Invitados especiales (cantantes, politicos, etc)
- Noticias



Figura 20. Imagen utilizada para hacer referencia a los distintos eventos que maneja la embajada de Corea del Sur en la Cuidad de México. (https://mexico.korean-culture.org/es/409/schedule/list).

Es tanto el interés de las mexicanas por Corea del Sur que quieren saber el significado de las canciones, quieren poder intercambiar frases o palabras con coreanos, entender las canciones sin ayuda de las traducciones. Algunas incluso tienen planeado irse en un futuro a estudiar o trabajar en Corea del Sur, para después conseguir un mejor empleo o tener mayores oportunidades para conseguir uno.

> "Para los profesionales, los empleados de oficina y algunos obreros calificados desplazados por sus puestos asalariados en el sector público o privado, la alternativa a un emprendimiento forzado en su propio país es la de buscar en el extranjero". (Alejandro Portes y Kelly Hoffman 2007, 34). [32]

De igual forma este género ha causado que muchas jóvenes mexicanas tomen la iniciativa de aprender a tocar algunos de los instrumentos clásicos o nuevos como el piano, guitarra, batería, entre otros. Debido al constante contacto con la música coreana algunas de las fans del k-pop se inscriben en academias para aprender a tocar instrumentos musicales, canto o incluso baile.

La mayoría de las jóvenes que decidieron incorporar a la música como estudio suelen preferir hacerlo en academias que tengan relación con Asia y algunas de las academias de idiomas mencionadas, de igual forma cuentan con talleres musicales en donde los jóvenes pueden asistir con maestros relacionados con este país.

El centro cultural coreano y la academia de cultura asiática ninshi que se han mencionado con anterioridad, son las más populares entre la juventud mexicana, ya que incorporan distintos cursos, talleres y cursos de verano para los fans de este género musical y de otros como el agrado a la música japonesa.



Figura 21: La imagen es toma del portal de internet de la Academia de cultura asiática ninshi para hacer referencia a los talleres musicales a través de su página de internet.

Algo que comenzó como un simple entretenimiento al ver los videos de k-pop, ha comenzado a causarles curiosidad por que existe del otro lado del mundo. La manera de esforzarse de los idols ha inspirado a muchas mexicanas a realizar lo mismo a tener mayores aspiraciones académicas,. a trabajar para su vejez.

> "Las sociedades tienen cada vez más a considerar como un deber para el individuo el desenvolvimiento de su inteligencia, asimilando las verdades científicas establecidas. Hay, desde ahora, un cierto número de conocimientos que todos debemos poseer. No está uno obligado a lanzarse en el gran torbellino industrial; no está uno obligado a ser artista; pero todo el mundo está obligado a no permanecer un ignorante". (Durkheim 1987, 60-61). .[33]

Por algo tan universal como lo es la música, la vida de muchas mexicanas a dado un giro de 360°, ha motivándolas culturalmente haciéndolas amantes de la música, provocándoles el deseo de aprender a tocar instrumentos clásicos o el interpretar la música. Este género ha causado de muchas jóvenes se integren a de idiomas, para tener un vínculo más grande con la cultura asiática, como un entretenimiento y parte de su formación profesional.

Algunas mexicanas asisten de igual forma a academias asiáticas para aprender a tocar instrumentos musicales, es tanta su admiración por este género que desean estar a la vanguardia igual que lo hacen los coreanos, ya que esta cultura considera a la música como parte de su educación y desde pequeños les inculcan el gusto y practica por la música clásica a su población.

El pop coreano les ha inculcado tanto de forma directa como indirecta algunos pasatiempos sanos como lo son la música y los idiomas, por medio de ellos pueden realizarlos de forma cotidiana ya que son hobbies positivos que van integrando a su vida.

Capitulo 3 "Investigación de campo"

3.1 Diario de campo

Después de investigar más sobre el tema se aplicaron encuestas a la población y se comprobó cómo influye este género musical por eso recorrí las zonas de Insurgentes, Roma Norte y San Ángel. A través del recorrido en estas zonas analizó la realidad desde el punto sociológico y se determinó como es que llevan a cabo este pasatiempo y las actividades que incorporan en su vida diaria a partir de que conocen este género musical.

Realicé 72 encuestas en el horario de la tarde ya que es cuando las jóvenes están desocupadas y pueden reunirse, se aplicaron en tres zonas con números proporcionales, 24 encuestas en Insurgentes, 24 en Roma Norte y 24 en San Ángel, para tener un numero equilibrado entre los tres lugares y se determinó el grado de facilidad para realizar, empleando la aplicación de google maps determiné las rutas que debía seguir para recopilar las encuestas.

12 de Marzo del 2017

Más adelante de obtener las encuestas y hacer los arreglos necesarios, se formuló de acuerdo a las baterías:

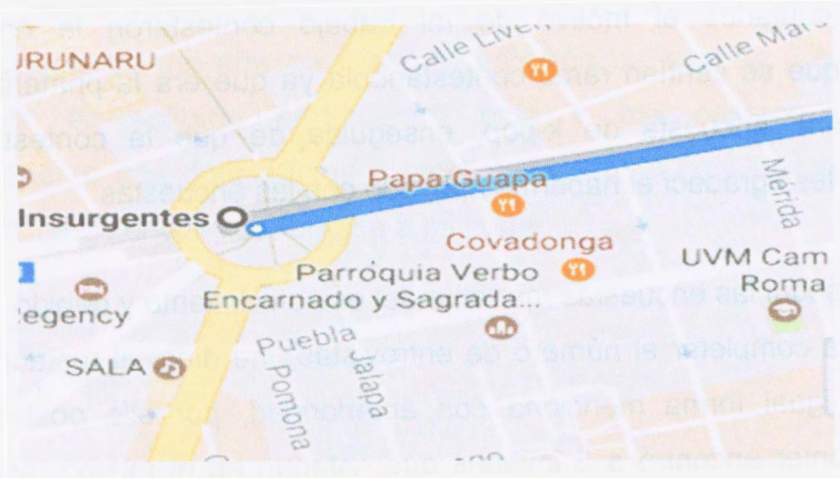
- Las preguntas 1 a 5 serían las referentes a los datos demográficos.
- Las preguntas 6 a 10 son de acuerdo a los conocimientos de la cultura coreana.
- Las preguntas 11 a 15 es de acuerdo a los gustos musicales.
- Finalmente las preguntas 16 a 20 es para conocer lo referente a los matrimonios interraciales.

13 de Marzo del 2017

Posteriormente una vez contada con la aprobación de mi tutor comencé a aplicar las encuestas primero en la zona de insurgentes que es principalmente en donde suelen reunirse estas jóvenes ya que se encuentra el barrio coreano y muchos de los establecimientos pertenecen a coreanos.

Una vez examinada la zona en la tarde un gran número de jóvenes con algunos artículos de k-pop se dejan ver por esta zona por lo cual me acerque a dos jóvenes que una vez que se les comento el motivo de la entrevista y del tema del cual se trataba aceptaron realizarla. Ese día solo pude realizar solo a 13 personas debido a que comenzó a llover y la gente se empezó a refugiar, solo logre recorrer del metro insurgentes hasta la calle de Mérida.

Mapa 1

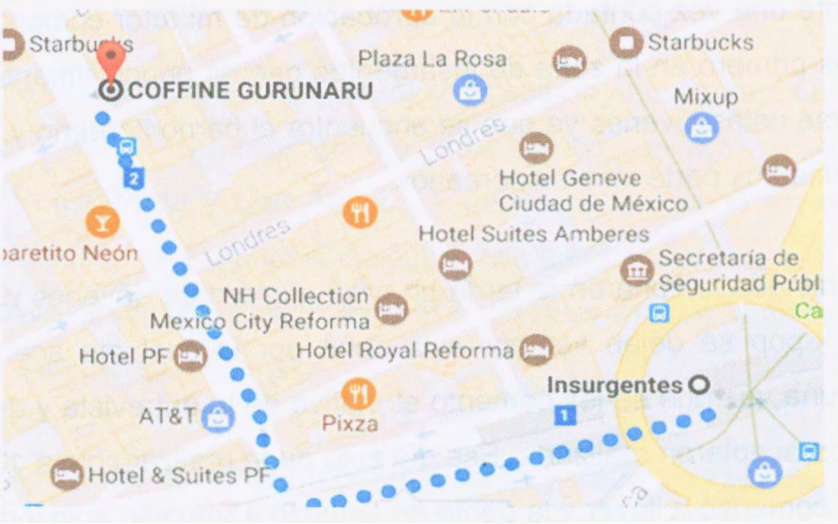


14 de Marzo del 2016

Debido a que la lluvia había sido un impedimento para continuar con el trabajo de campo, al otro día regrese de nuevo en la tarde para encontrar a jóvenes que les gustara el k-pop. Por ello decidí desde el metro insurgentes acudir a la cafetería gurunaru sucursal insurgentes, que como mencione anteriormente es muy popular

entre la juventud coreana y mexicana, en ella siempre hay jóvenes amantes del k-pop consumiendo alimentos y platicando con sus amigas.

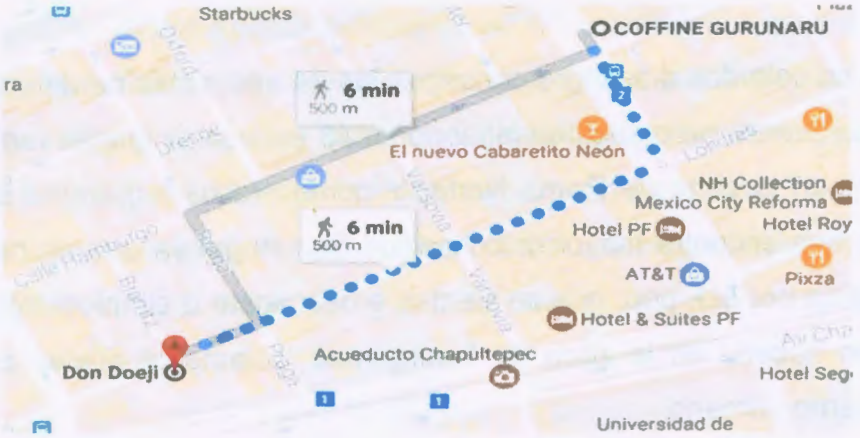
Mapa 2



Más adelante después de 30 minutos aproximadamente observe que un grupo de 7 personas estaban a punto de irse de la cafetería por ello me aproxime a ellas y después de contarles el motivo de mi trabajo contestaron la encuesta y mencionaron que se sentían raras contestándola ya que era la primera vez que contestaban una encuesta de k-pop, enseguida de que la contestaron nos despedimos y les agradecí el haberme apoyado con las encuestas.

Conforme conseguí las encuestas me retire del establecimiento y debido a que me faltaban 4 para completar el número de entrevistas, me dirigí al restaurante don doeji que de igual forma mencione con anterioridad, por ello posteriormente después de comer encontré a 3 jóvenes que estaban en el mismo restaurant y posteriormente cuando terminaron de comer les pregunte si podrían ayudarme a realizar la encuesta, las tres jóvenes sin ninguna dificultad accedieron y más tarde me preguntaron sobre las vloggers en corea del sur y comenzamos a platicar sobre las mismas y sobre los grupos de k-pop populares como Exo, conforme terminaron las preguntas me dieron mis encuestas, nos despedimos y me retire.

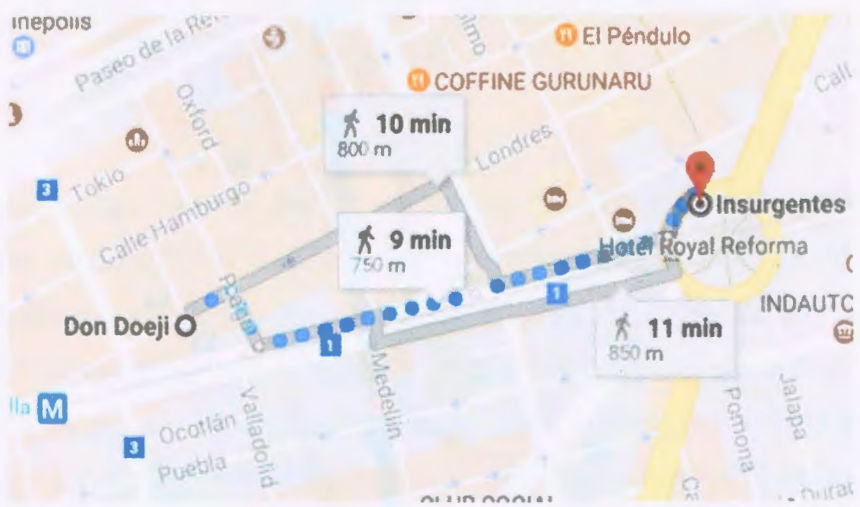
Mapa 3



Posteriormente después de 10 minutos caminando hacia el metro insurgentes encontré a otra chica con una playera de Exo por lo cual decidí hablar con ella y preguntarle si podría llenarme mi encuesta.

Por fortuna me respondió positivamente y después de contestarla comenzamos a platicar sobre las nuevas noticias del grupo y la venta de boletos que se realizó el pasado 4 de marzo del año en curso la emoción de que se presentaran por primera vez en solitario en nuestro país y así pasaron 10 minutos aproximadamente nos despedimos y cada quien siguió con su camino, por mi parte ya con las 24 encuestas regrese a mi hogar.

Mapa 4

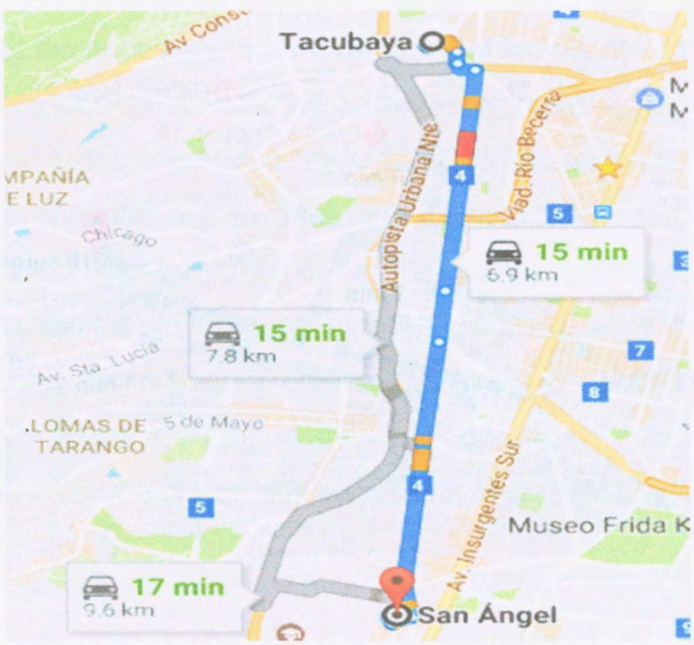


15 de Marzo del 2016

Por fortuna en solo dos días logre conseguir las 24 encuestas pertenecientes a la zona de Insurgentes, pero seguían faltándome 48 encuestas que se realizarían en San Ángel y en la zona de Roma Norte. Y como era de esperarse de las tres zonas en la que encontré mayor dificultad fue San Ángel ya que no hay jóvenes con preferencia por el k-pop, que se sienten a descansar o simplemente convivan como suelen hacerlo en la zona de Insurgentes, solamente suelen pasar para dirigirse al barrio coreano.

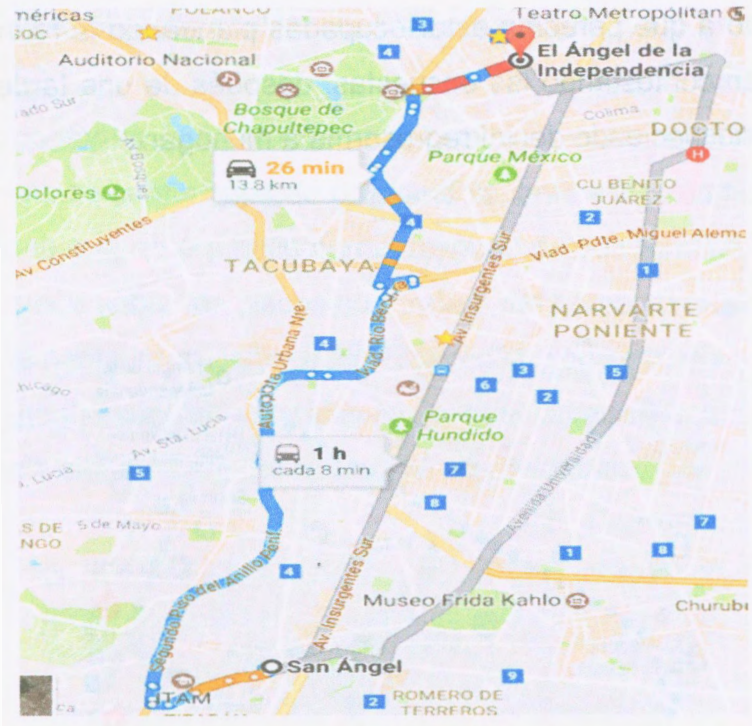
Al transcurrir 20 minutos encontré a un grupo de 4 amigas que pasaban con algunas estampas de su grupo favorito BTS, por ello decidí acercarme a ellas y comentarles sobre la encuesta y si podrían ayudarme, de igual forma como me ocurrió anteriormente al comentarles que se trataba de la ola hallyu accedieron sin ningún problema, algo que me sorprendió es que no sabían qué tipo de clase era al que pertenecían por lo que tuve que explicarles los distintos tipos que hay y las características de cada una, por lo que después de esto terminaron la encuesta y nos despedimos.

Mapa 5



Continúe caminando por aproximadamente 20 minutos hasta que decidí abordar un taxi para llegar al ángel de la independencia y después de observar a un par de quinceañeras retratándose en aquel emblemático monumento encontré a 5 amigas que iban platicando sobre la k-con que ocurriría los días 17 y 18 de marzo y lo emocionadas que se encontraban pues habían conseguido pases para poder acudir a este evento. Conforme terminaron las encuestas les agradecí y nos despedimos.

Mapa 6

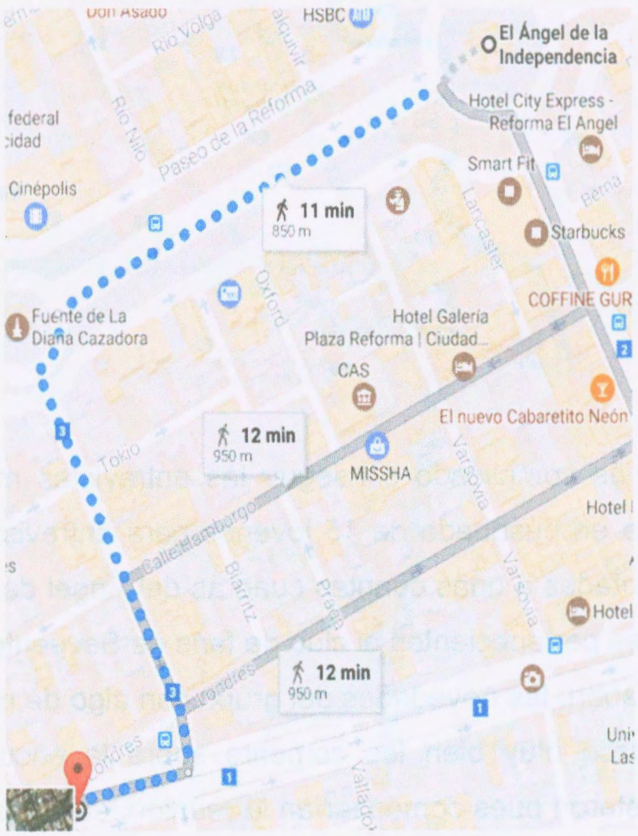


Como había sido más complicado conseguir las entrevistas me decidí caminar alrededor de la zona en búsqueda de 15 jóvenes para entrevistar, comenzaba a rendirme cuando sentadas a unas cuantas cuadras del Ángel de la independencia encontré a 10 jóvenes pertenecientes al club de fans de Seveenten, que se habían reunido para hablar sobre las novedades del grupo con algo de pena porque es un grupo que no conozco muy bien les comente sobre la encuesta y de forma apresurada la contestaron pues comenzarían la reunión, después de agradecerles

por las encuestas, me comentaron que si me esperaba era posible que acudieran más jóvenes a las cuales les podría dar las encuestas a lo que por supuesto les agradecí y les comente que había sido difícil conseguirlas en esta zona ya que solo suelen verse a las jóvenes cuando se dirigen al restaurant The Ramen House que también he mencionado con anterioridad a lo largo de la investigación.

Al paso del tiempo fueron llegando más jóvenes primero les comente a 2 jóvenes, luego a 1 y finalmente a 3 que llegaron juntas, después de que me entregaron las encuestas les termine de agradecer y me retire para que pudieran realizar su reunión. Aunque me preocupo que las jóvenes no me quisieran conceder las encuestas debido a que parecían estar ocupadas planeando la reunión, conseguí que me ayudaran contestando las encuestas, después de una tarde cansada y a que ya estaba anocheciendo decidí regresarme a mi hogar.

Mapa 7

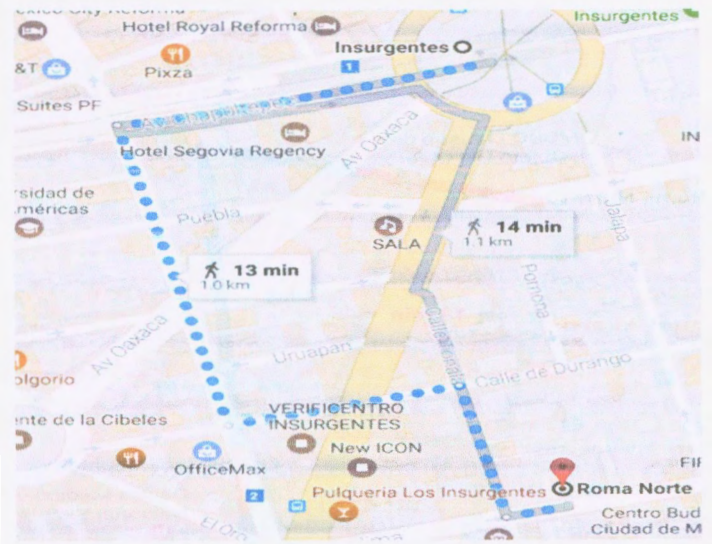


18 de Marzo del 2017

Después de tres días por motivos escolares no había podido continuar con la investigación de campo, por ello debía de esforzarme más para poder conseguir las 24 entrevistas en un solo día, ahora las realizaría en la zona de Roma Norte en donde aunque no se ven a muchas jóvenes en la mañana desde el metro Insurgentes hacia la zona de la roma Norte, por lo que a lo largo de la tarde cuando me dirigía a la academia Ninshi en la cual estudio los sábados, encontré a una que tenía unos discos y posters de artistas de k-pop, los cuales parecía iba a entregarle a alguien al pasar 5 minutos y continuaba sola me acerque a preguntarle y decirle si podía contestarme la encuesta.

Ella accedió y conforme la fue leyendo comento si podía omitir los datos de la vivienda ya que no se sentía cómoda colocándola, ante ello le comente como se lo hice saber a todas que no era obligatoria, después de que termino de contestar la encuesta platicamos sobre los discos que traía y me comento que era porque una de sus amigas le había encargado recoger su disco y que ese día se lo entregaría, le pregunte si podía esperar con ella en lo que llegaba su amiga para poder entrevistarla y ella sin duda alguna respondió positivamente.

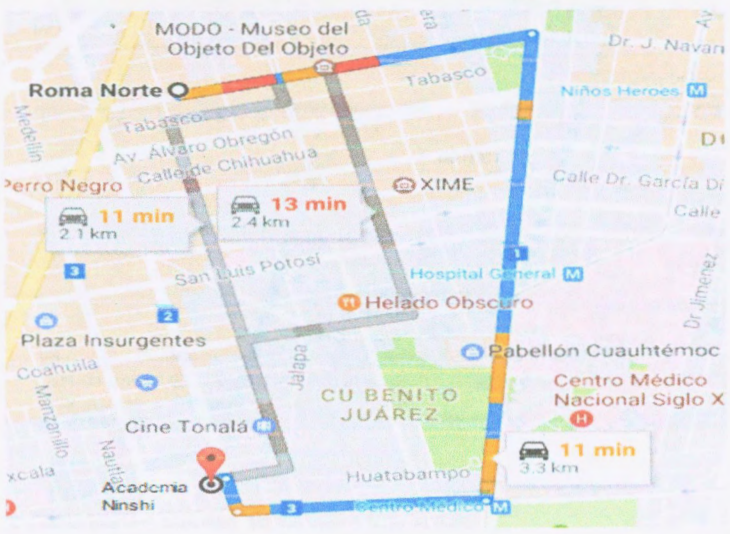
Mapa 8



Al transcurrir 2 minutos aproximadamente, llego su amiga junto con su hermana y después de platicar me comentaron que a las dos les gustaba el k-pop, les comente sobre la encuesta y después de prestarle unas plumas comenzaron a contestarla, después de 3 minutos me la entregaron y les agradecí por contestarla. Como casi era hora de mi clase continúe mi camino hacia la academia Ninshi, después de 10 minutos llegue al establecimiento en donde tenia por seguro que podría concluir mis encuestas ya que la mayoría de las alumnas que están ahí para estudiar coreano se debe a que son fans del k-pop.

Al comentarle a mis compañeras de salón en el cual somos 15 personas, solo conseguir que me la contestaran 10 personas ya que las otras 4 descontándome a mí, no asistieron a clases debido a que era el segundo día en el que se realizaría la K-con el concierto que mencione anteriormente así es que no asistieron a clases, pero como los salones se encuentran cercanos me dirigí a otros dos salones en los cuales se los pude dar a las 11 personas que me restaban para concluir las pertenecientes a esta zona de igual forma les comente que si no se sentían cómodas contestando el rubro de su localidad podían dejarlo en blanco siempre y cuando residieran en la Ciudad de México, después de 10 minutos y de algunas bromás sobre el aspecto del estado civil me entregaron las encuestas y les agradecí por su valiosa colaboración.

Mapa 9



Continuando con la investigación y una vez terminada mi clase me dirigí a mi hogar para interpretar los resultados de todas las encuestas que recopile, comencé a vaciarlas y hacer la interpretación de los datos de acuerdo a todo lo que contestaron y que me comentaron a lo largo de todas las entrevistas.

19 de Marzo del 2017

Finalmente después de realizar los gráficos, uní los datos junto con los gráficos y comencé a realizar el diario de campo de acuerdo a las experiencias que adquirí al realizar este rubro de la investigación.

3.2 Interpretación de resultados

Nuestra población mexicana se caracteriza por el uso de productos electrónicos a lo largo de todo su día en especial para consultar su Facebook o Youtube, es común que en las calles se encuentre la gente observando las notificaciones que recibe en las cuentas de todas las aplicaciones con las que cuente o conozca.

Desde niños los mexicanos muestran interés por el uso del internet y haciendo énfasis las mujeres, son las que por medio del internet suelen informarse sobre lo que es popular a lo largo de su país o en otros. Ejemplo de ello es Corea del Sur que aunque ingreso a nuestro país por medio de sus empresas de productos electrónicos, poco a poco a través de la industria del entretenimiento ha comenzado a tener mayor presencia en nuestro país. Unido a esto la música es uno de los elementos esenciales en la vida cotidiana de cada mexicano, a lo largo de nuestro país se escuchan en miles de hogares, empresas, escuelas y otros establecimientos, distintos ritmos nacionales y extranjeros desde inglés, chino y poco a poco de manera más frecuente hasta en coreano.

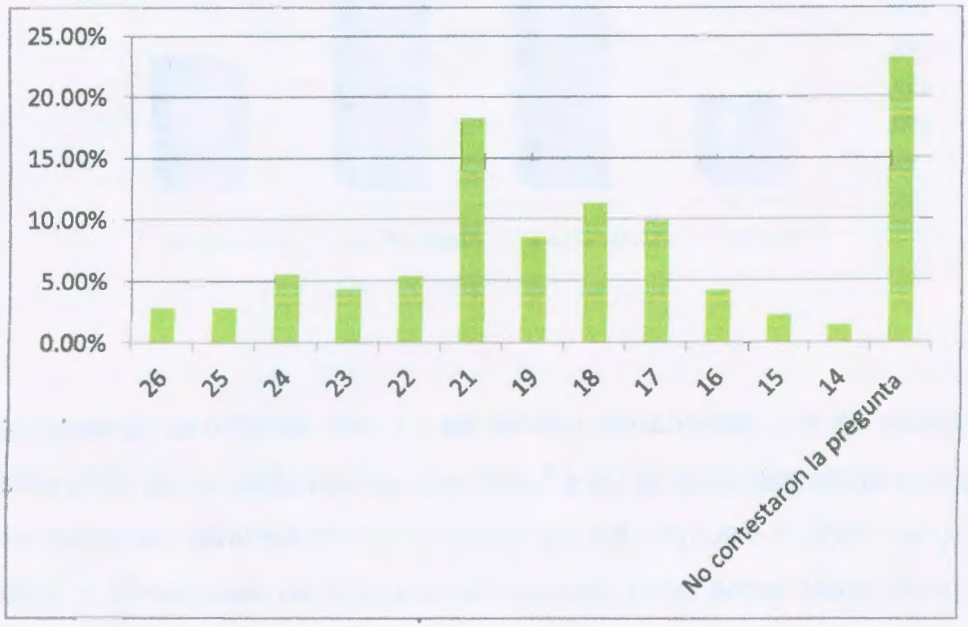
El propósito de este estudio se debe al deseo de comprobar si en verdad lo recopilado a lo largo de un año es que Corea del Sur influye cada día más en la vida de las mexicanas y a través de qué aspectos lo hace para volverse parte indispensable de la vida de estas chicas por ello es importante señalar que algunos gráficos fueron realizados de acuerdo a las respuestas abiertas que las jóvenes contestaron.

Después de diseñar un cuestionario que cubriera todos los aspectos la edad es de suma importancia por ello se tomó el rango de 14 a 26 años de edad, ya que aproximadamente es la edad en la que suelen conocer este género musical y ponerle mayor énfasis conforme se van adentrando a este género.

Después de conseguir las encuestas y de acuerdo a los resultados de la misma. Determiné que en su mayoría de los entrevistados un 23.20% prefirió no

mencionar su edad debido a que sienten que es un aspecto personal que prefieren guardar. Las participantes que llenaron en mayor cantidad las encuestas fueron con 21 años, 5.40%, con 18 años, 8.6% con 17 años, 11.30%. La menor repetición de edades fue de 14 años con 1.40%

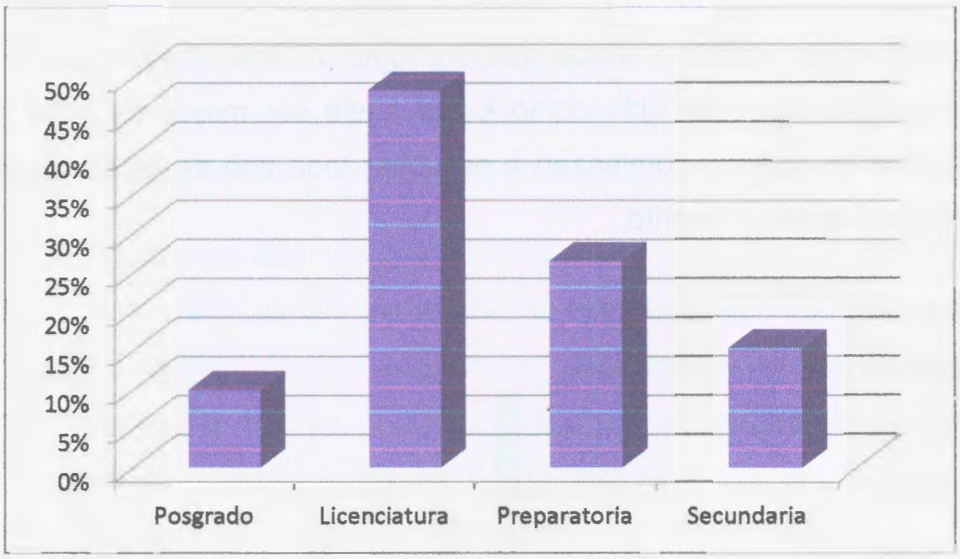
Debido a esto se es posible destacar que la población mexicana que suele ser fan de la ola hallyu mejor conocido como k-pop suele ser mayor de edad ya que aseguran ellas es cuando comienzan a escuchar todo tipo de música hasta que encuentren a su género favorito.



Para conocer a la población mexicana en la que se realizaría el estudio se entrevistaron a jóvenes que se encontrasen estudiando desde secundaria hasta el *nivel superior o que se encontrasen trabajando, después de ello es posible* comprobar que en su mayoría se encuentran estudiando un 10% un posgrado, 48.30% se encuentran estudiando una licenciatura, 26.50% estudia la preparatoria y con un 15.20% las que se encuentran estudiando la secundaria.

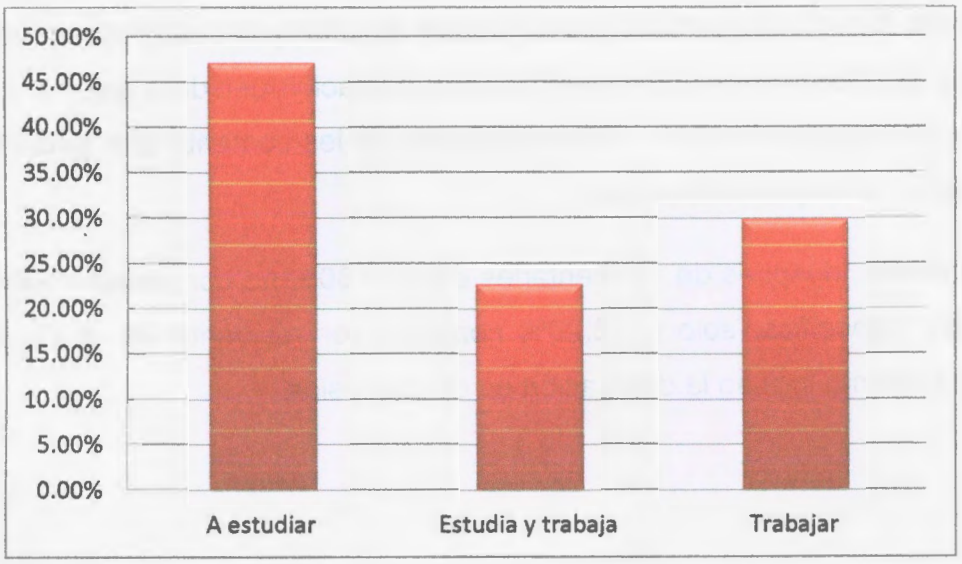
Al preguntarles sobre este aspecto queda demostrado que las féminas inmersas en este género algunas de ellas cuentan con posgrados, en cuanto a las que no lo tienen aún ellas mencionan que tienen aspiraciones laborales altas en las que esperan contar con una licenciatura y más adelante realizar un posgrado ya sea

en el país o en otro. De igual forma ninguna de ellas aseguro que estudiar es muy importante en nuestros días para conseguir un mejor empleo.



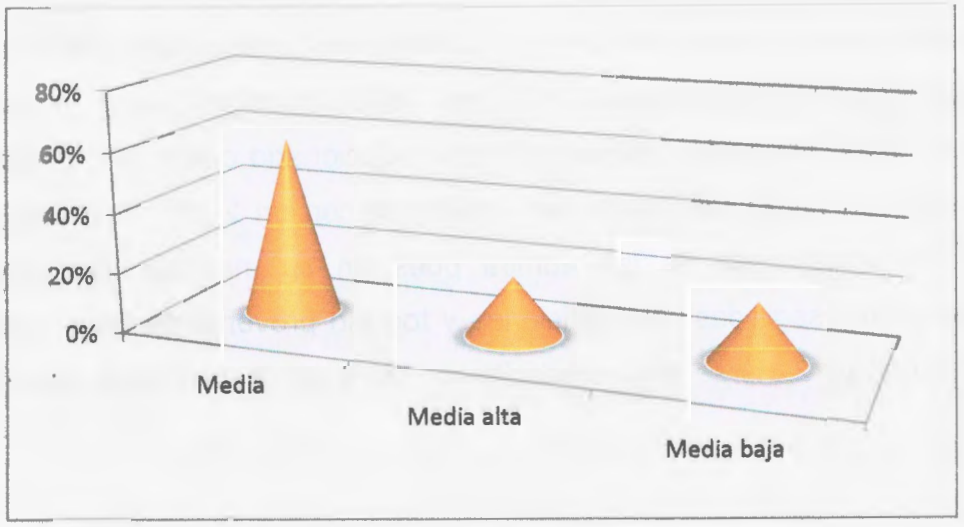
En el aspecto de sus actividades cotidianas ya sea estudiando o trabajando se encontró que aproximadamente un 47.20% son estudiantes, un 22.80% estudian y trabajan y un 30% a trabajar. En su mayoría se encuentran cursando un nivel superior y de igual forma unas jóvenes se encuentran estudiando y trabajando para poder contar con experiencia laboral cuando terminen su licenciatura y posgrados. En menor número se encuentran trabajando ya que con el apoyo de sus padres pueden concentrarse de mayor forma en sus estudios.

La población estudiada en su mayoría son profesionistas o aspiran a ello e incluso unas aseguran que se debe conocer el esfuerzo que deben hacer los jóvenes en estos días para conseguir un empleo en especial de la carrera de la que se titulen por ello desean adquirir experiencia laboral en conjunto con los conocimientos que adquieran mientras estudios.



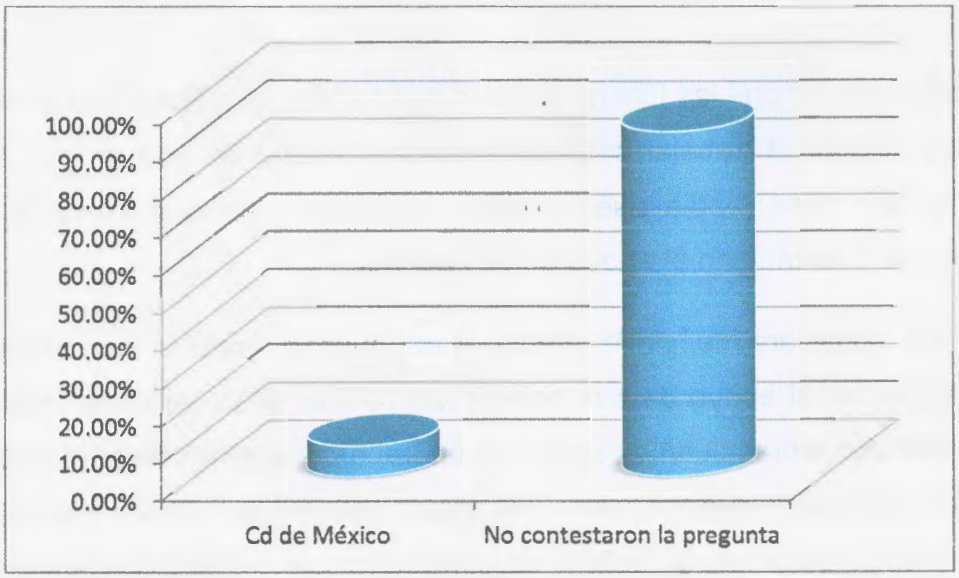
Después de conocer que las féminas suelen dedicarse a estudiar y muy pocas son las que se dedican a trabajar está confirmado el hecho de que en su mayoría aseguraron ser clase media pues podían seguir estudiando y aspirar a todos niveles ya que cuentan con el apoyo de sus padres.

Un 60% se considera de clase media pues pueden realizar sus actividades cotidianas gracias al apoyo de sus padres, 20.14% lo describe como media alta debido a que sus padres cuentan con un buen trabajo y algunas de ellas que ya se encuentran laborando pueden tener una mejor calidad de vida en comparación con las de otras personas y 19.86% se consideran de media bajo debido a que tienen que trabajar mientras estudian.



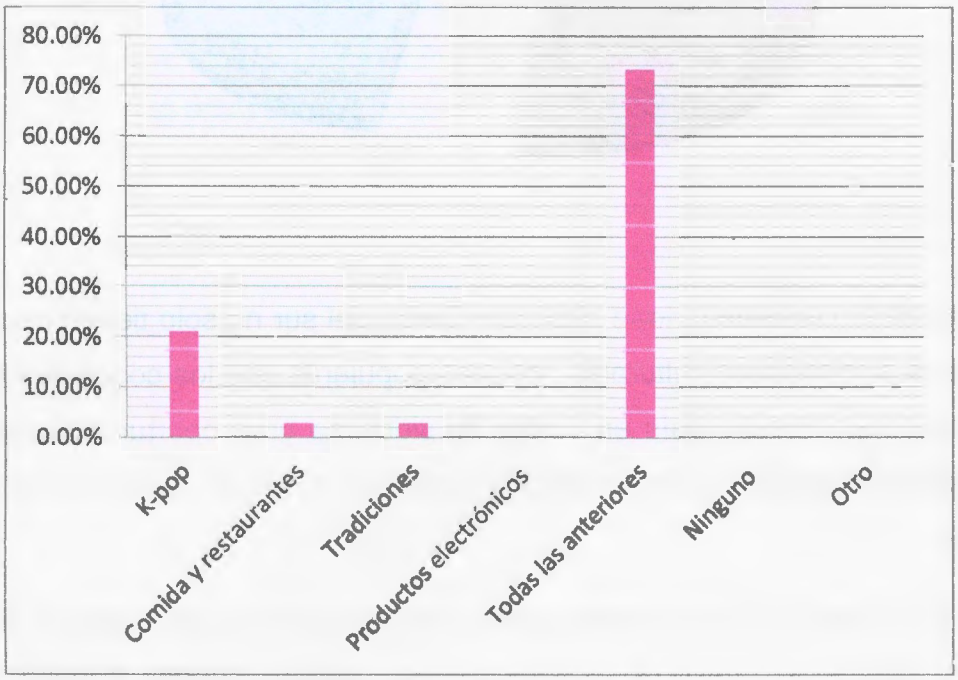
El siguiente aspecto preguntado fue en donde residían y se les pidió que fuera en la Ciudad de México para poder delimitar a la población debido a que se deseaba que las entrevistadas tuvieran mayor confianza se les comento que podían omitir este aspecto si es que lo deseaban.

Posteriormente después de comentarles esto 91.80% no contestaron este rubro de manera específica, solo un 8.20% comento ser residente de la Ciudad de México y comento incluso la delegación en donde reside.



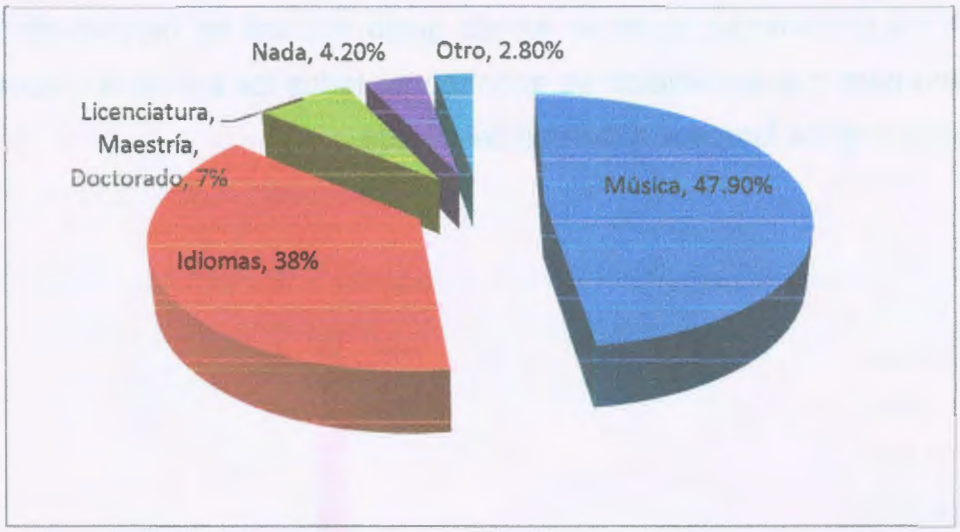
Al comenzar a adentrarse en la ola coreana las mexicanas comienzan a interesarse en todo lo relacionado con Corea del Sur y es grafico es muestra de ello con un 73.2% aseguraron conocer todo lo relacionado con ella, comenzando con el k-pop con un 21.1%, hasta las tradiciones con un 2.8% de acuerdo con ellas es un aspecto que se les admira pues en su mayoría, los coreanos denominan como "sagradas" su tradiciones y todo lo proveniente de su país, de igual forma con un 2.8% se encuentran la comida y los restaurantes cerca de la ciudad.

Esto que ha comenzado como un simple gusto musical ha beneficiado al país surcoreano para que extranjeros se adentren en todos los aspectos culturales de su país volviéndolos famosos a lo largo del mundo.



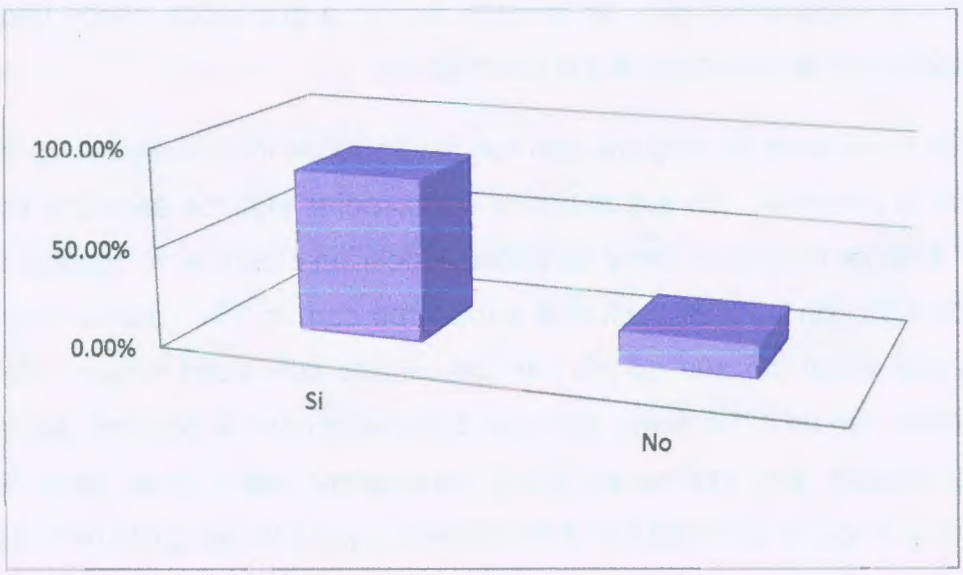
Más adelante se les entrevisto sobre cómo se sentían después de adentrarse a la cultura de Corea del Sur y en su mayoría expresaron su admiración por el esfuerzo que realiza su población para convertirse en los mejores de su país, ya que la competencia entre ellos es enorme debido a que todos desde pequeños son educados con la ideología de ser los mejores.

Por ello las mexicanas en conjunto con sus aspiraciones inculcadas desde la niñez han decidido continuar con sus estudios e incorporar algunos aspectos como el aprender a hacer música es decir aprender a tocar un instrumento musical con un 47.9%, idiomas con un 38%, estudios superiores con un 7%, nada con un 2.8% debido a que aseguran aun no les han despertado curiosidad ninguno de estos rubros y otros con un 4.2% como aprender a preparar comida coreana, algunas de estas actividades son realizadas como pasatiempo pero otras para la vida profesional y ninguna actividad con 2.8% debido a que solo les gusta la música.



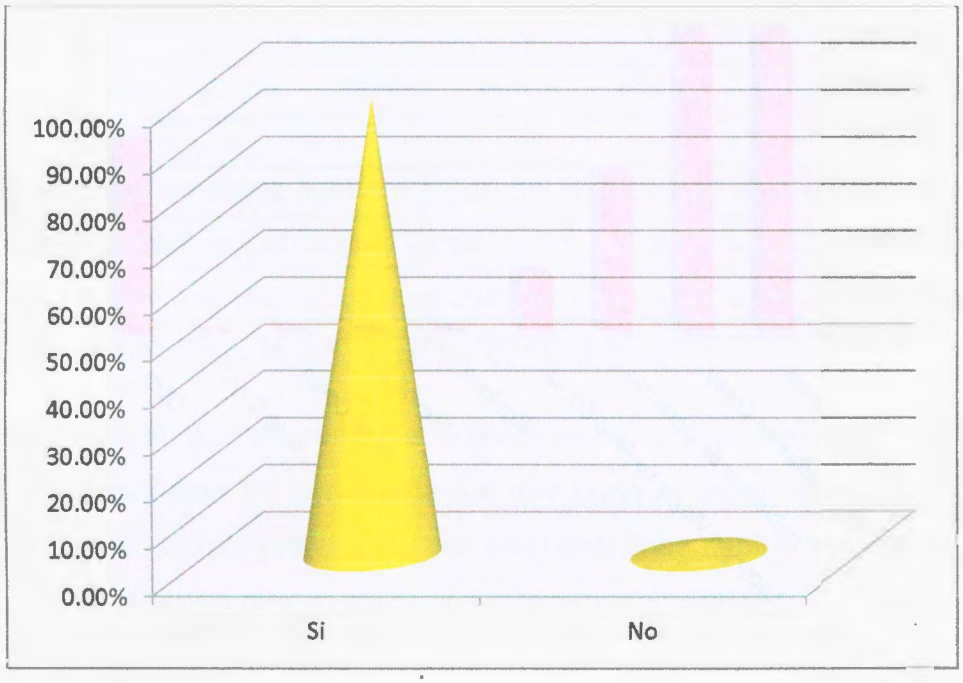
Se ha explicado con anterioridad México y Corea del sur no solo tienen relaciones comerciales sino también culturales, los más populares son los conciertos que se han realizado en nuestro país en donde ha sido una gran oportunidad para que ambos países compartan un elemento muy preciado entre su juventud como lo es la música.

El k-pop y el fanatismo mexicanos que ha incrementado a lo largo de los años ha favorecido que en su mayoría las fans de este género puedan conocer a sus artistas favoritos y asistir a sus conciertos como lo señala un 83.1%, mientras que un 16.9% no han asistido por que no han tenido oportunidad por falta de tiempo o por que no se ha realizado un concierto de sus artistas coreanos favoritos.



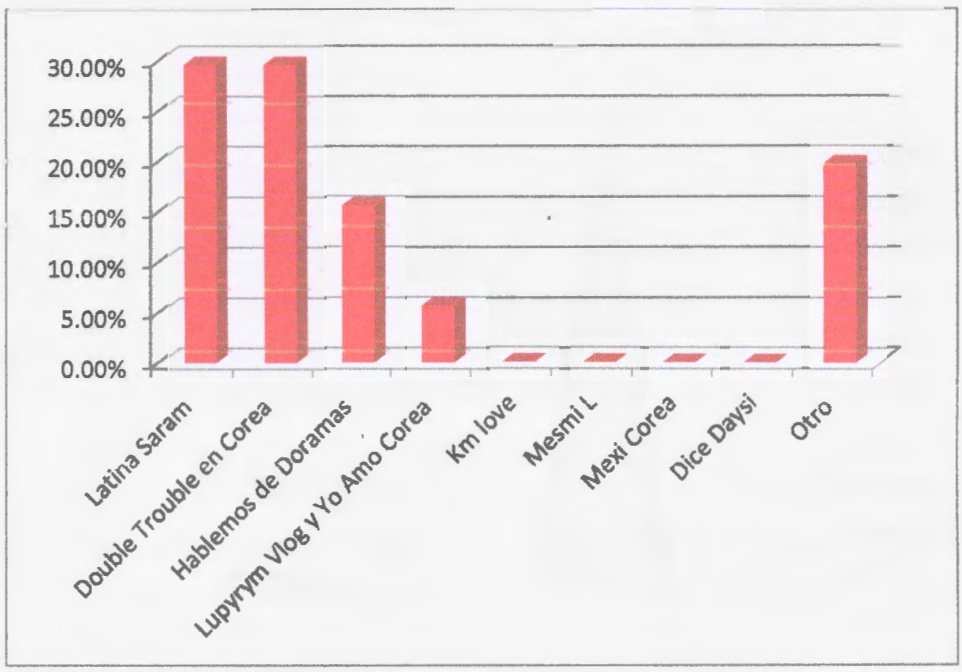
La siguiente pregunta realizada fue si les gustaría ir a Corea del Sur ya sea como viaje o de intercambio y ante ello un 97.2% expreso su deseo de si ir a este país o que incluso ya es algo que tienen planeado y esperan llevar a cabo en unos cuantos años.

Mientras que un 2.8% no le interesa ir por la falta de comunicación que esto implicaría y por que en la actualidad aun no cuentan con el interés de ir por la gran distancia que existe entre ambos países.



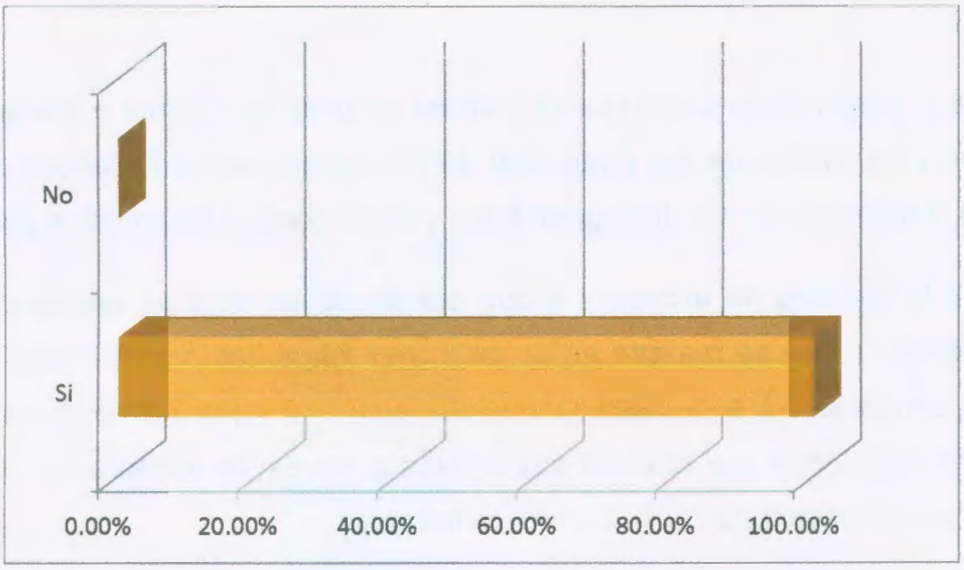
El siguiente apartado se refiere a las Vloggers mexicanas que viven en Corea del Sur, todas las mexicanas fanáticas de Corea del Sur las conocen principalmente por Youtube debido a que salen en los videos relacionados después de que se guarda tu historial en esa aplicación o simplemente realizan la búsqueda en ella y ellas son las que se pueden encontrar las más populares son las mexicanas pertenecientes a Double Trouble en Corea y Latina Saram con 29.6%, mientras que con el apartado de otro mencionaron algunos canales de hombres que suben videos a la red referentes a Corea del Sur, Hablemos de Doramas con 15.5% y Lupyrym Vlog y su canal Yo Amo Corea con 5.6%.

Al preguntarles porque era de su agrado estar al tanto de los videos que subían a su canal se debe a que cuentan su vida diaria en el país surcoreano, hablan sobre lugares turísticos, como fue que llegaron allá y todos los datos curiosos que una persona latina podría tener al llegar allá.



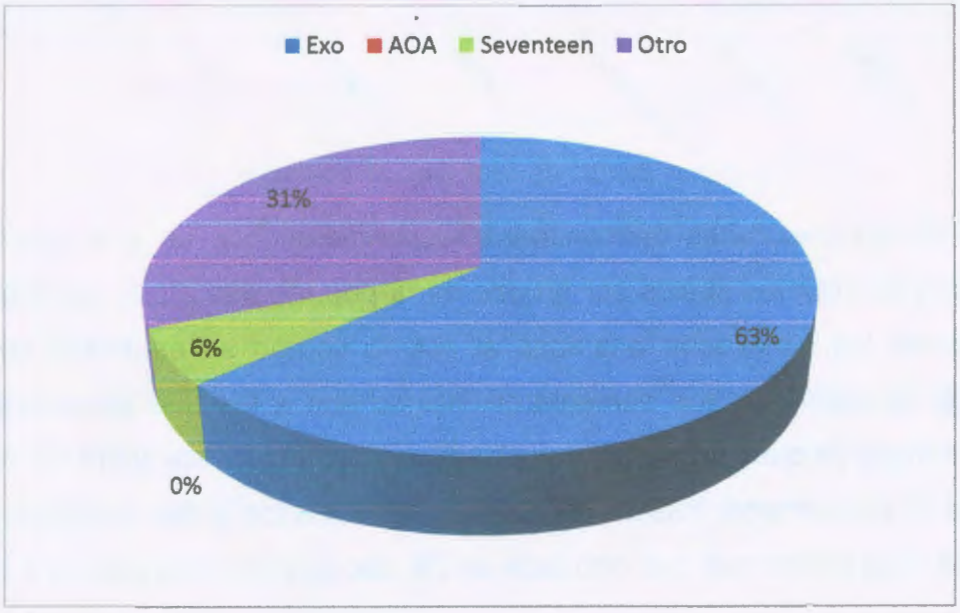
Al preguntarles sobre si era de su agrado el k-pop un 100% contestó como afirmativo a esta pregunta y se debió principalmente a las coreografías que denominaron como originales ya que cada grupo tienen su estilo y sus videos se realizan de acuerdo a distintas temáticas.

En combinación con los chicos del grupo que son muy atractivos y las chicas que manejan conceptos tiernos que a cualquiera encantarían, además de canciones con ritmos y palabras repetitivas que provoca que todo el día quieran estar escuchando la canción hasta que la memoricen.



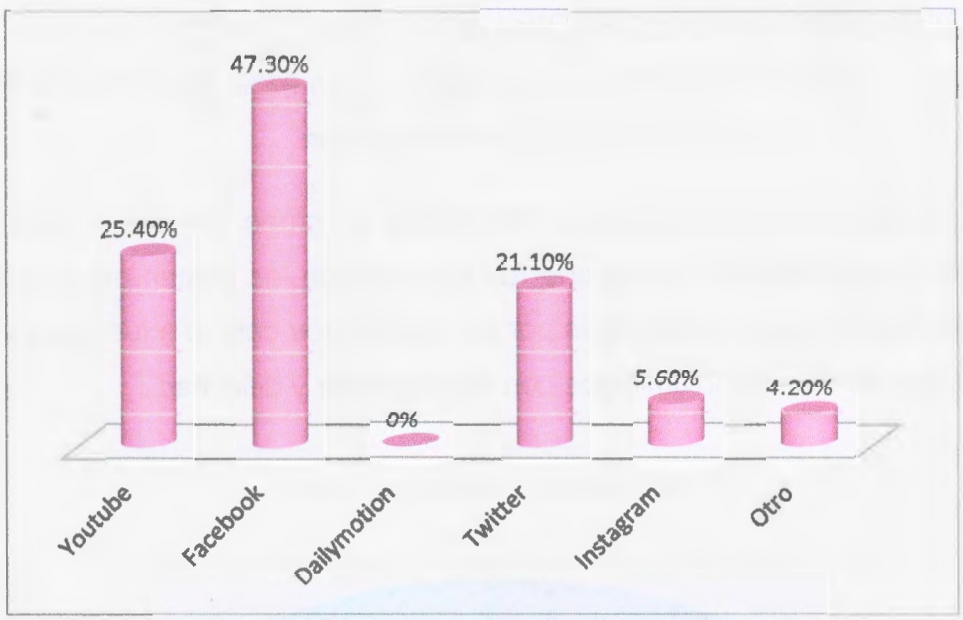
En el siguiente rubro sobre cuál era su grupo favorito Exo con un 63.4% es de los más populares entre la población, Otros como Super Junior, Shinee, Got7, BTS, NTC Dream fueron mencionados y se colocan con un 31%, finalmente Seventeen con un 5.6% fueron mencionados por las entrevistadas.

Al preguntarles el porque ninguna selecciono al grupo femenino AOA como preferidos la respuesta de la mayoría fue que aunque les gustan algunos grupos femeninos, tienen mayor preferencia por los masculinos debido a los chico y a que sus coreografías tienen movimientos con mayor poder y dificultad.



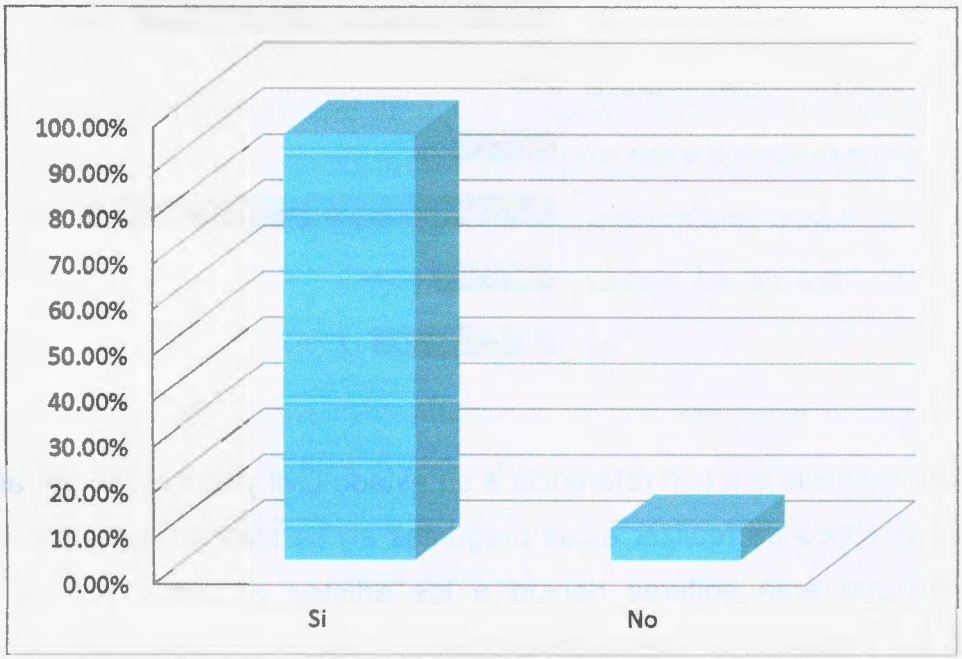
Después al preguntarles sobre cuales eran las paginas de internet o aplicaciones consultas para informarte del k-pop con 43.7% se encuentra Facebook, 25.4% Youtube, Twitter con 21.1%, Instagram 5.6% y Otros como Weiboo con 4.2%.

Debido a la facilidad de acceso y a que por medio de ellos se encuentran los nuevos eventos que se realizan en su país o en otros, las nuevas fotos de los discos, cuando saldrá a la venta la nueva mercancía y por ultimo conocer las ultimás publicaciones que realizan sus artistas a través de Instagram o Weiboo que son las de mayor popularidad entre los mismos.



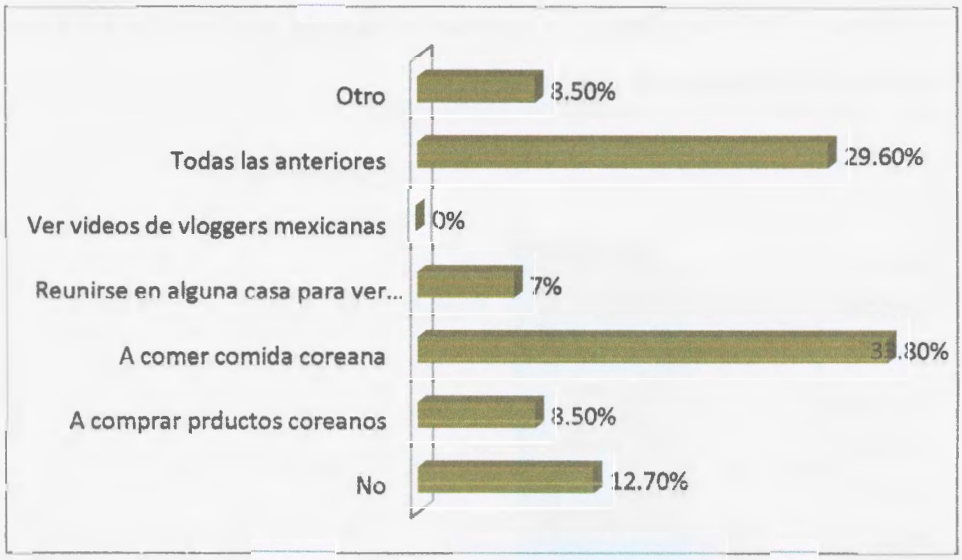
Un 93% de las mexicanas entrevistadas respondieron con un si a que tienen amigas con los mismos gustos por grupos de k-pop, debido a que por medio de ellas algunas los conocieron o ambas al mismo tiempo se enteraron sobre el mismo, de acuerdo con sus comentaron incluso son a las que consideran sus mejores amigas ya que pueden intercambiar sus puntos de vista sobre los nuevos videoclips o simplemente hablar de sus artistas favoritos y las novedades que existen de ellos en internet, por otro lado un 7% dijo que no tenía debido a que no

conoce a personas que les guste y a que no le ha sido posible por falta de tiempo debido a sus asuntos escolares o laborales.

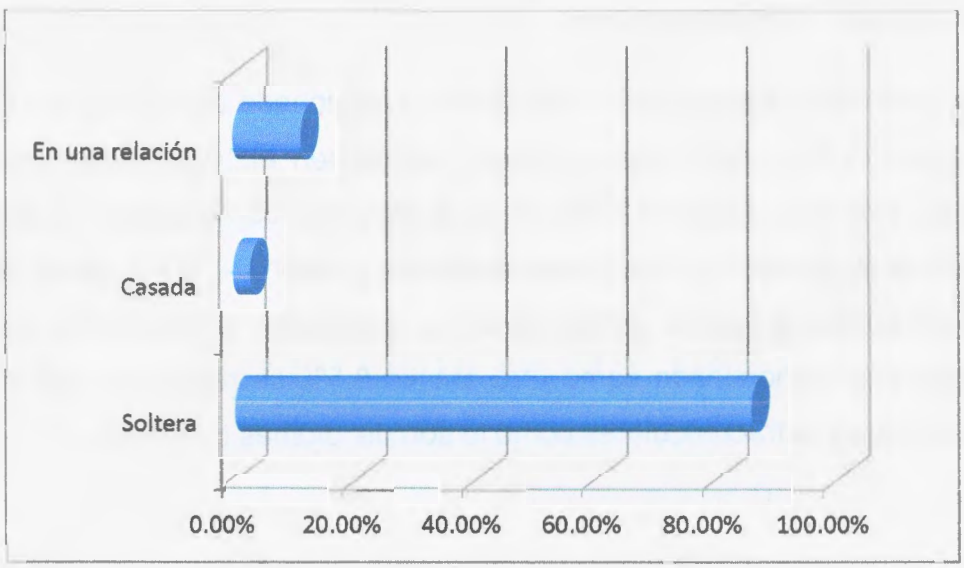


Más adelante se les pregunto a las entrevistadas que cuentan con amigas con sus mismos gustos musicales, si suelen reunirse para realizar actividades relacionadas con el k-pop y un 33.8% contesto que ir a comer comida coreana debido a que por los programas o videos que han visto de sus artistas acuden o preparan ellos mismos platillos típicos de su país por ello deciden reunirse en estos restaurantes de la Ciudad de México en donde pueden escuchar su música favorita y conocer los platillos típicos.

Un 29.6% menciono que debido a que todo lo relacionado con Corea del Sur les interesa realizan compras, salen a comer, se reúnen en algún hogar para ver videos, etc., mientras que un 12.7% no se reúne con sus amigas de igual forma por falta de tiempo debido a sus tareas escolares y laborales, 8.5% se reúne para comprar productos coreanos como discos o maquillajes y finalmente de igual forma el aspecto denominado como otro obtuvo 8.5% se reúne con sus amigas solo en sus clases extracurriculares como lo son de idiomas o música.

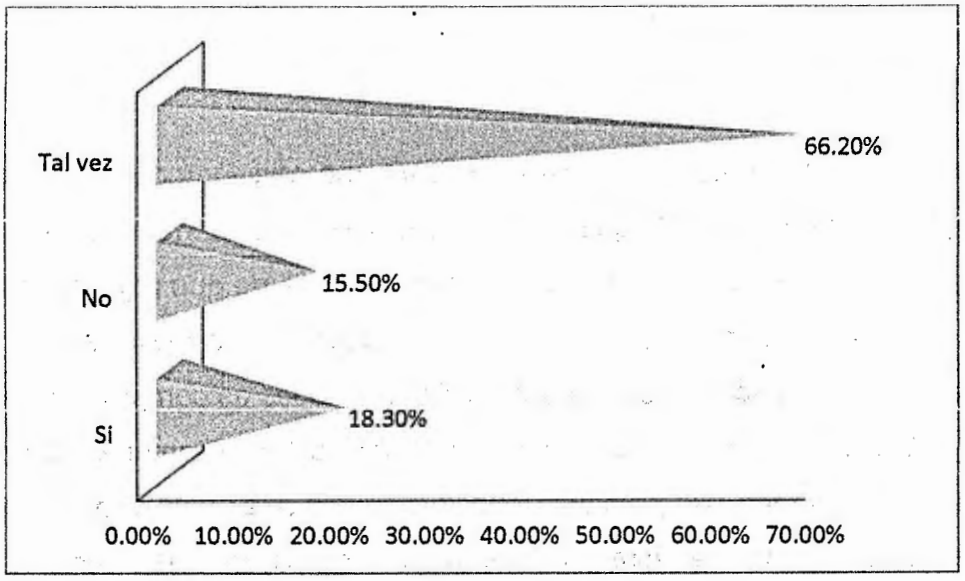


El siguiente apartado era con referencia a su estado civil y con un 85.9% aseguro ser soltera después de realizar estas preguntas en su mayoría las entrevistadas comentaron que eran solteras debido a los artistas coreanos ya que había cambiado sus perspectivas acerca de un hombre ya que los suelen conocer por su amor tan leal que hacen ver en los doramas y debido a que aún han conocido a alguien que les interese, las jóvenes con un 11.3% están en una relación y solamente 2.8% son casadas, las que se encuentran en una relación de noviazgo y matrimonial mencionan estar felices en ella ya que conocieron hombres que las apoyan en sus gustos musicales, les ayudan a comprar la mercancía y las acompañan a conciertos musicales.

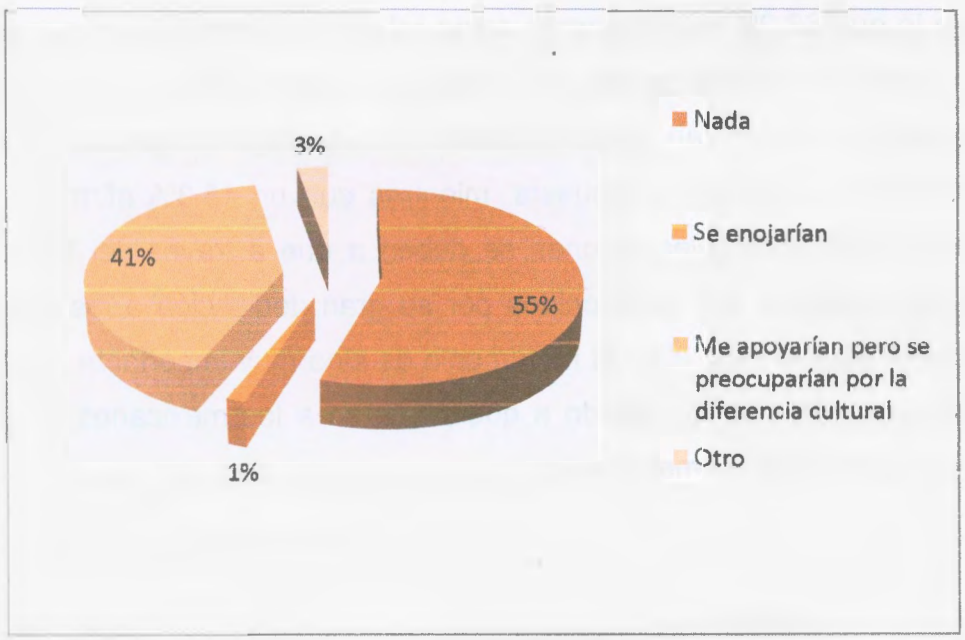


Más adelante se les solicito su opinión los matrimonios interraciales (entre coreanos y personas de otra nacionalidad distinta a la suya), debido a que la pregunta era abierta no se cuenta con algún gráfico, pero en las respuestas revisadas todas mencionaron que la nacionalidad no importa para el amor, además mencionan que a pesar de que el lenguaje podría ser un impedimento su ambas personas se quieren lo suficiente esto puede solucionarse de muchas formas, de igual forma están de acuerdo con que la combinación de culturas es algo que es más frecuente gracias a los medios de comunicación y a los intercambios comerciales, culturales por ejemplo, entre todo el mundo.

Enseguida se les solicito que mencionaran si es que les gustaría casarse con un coreano a lo que 66.2% seleccionaron como tal vez su respuesta ya que a pesar de que no están en contra de ello, sin embargo el gusto por la cultura coreana y sus personas lo consideran como temporal sin embargo al paso de los años aseguran podría cambiar su respuesta, mientras que un 18.3% afirmo que si a este apartado las principales razones se deben a que a través del k-pop y los doramas los coreanos son reconocidos por su gran dedicación a las relaciones sentimentales ya que para ellos el matrimonio es algo muy importante, finalmente un 15.5% respondió que no debido a que prefieren a los mexicanos o de otras nacionalidad para llegar al matrimonio.

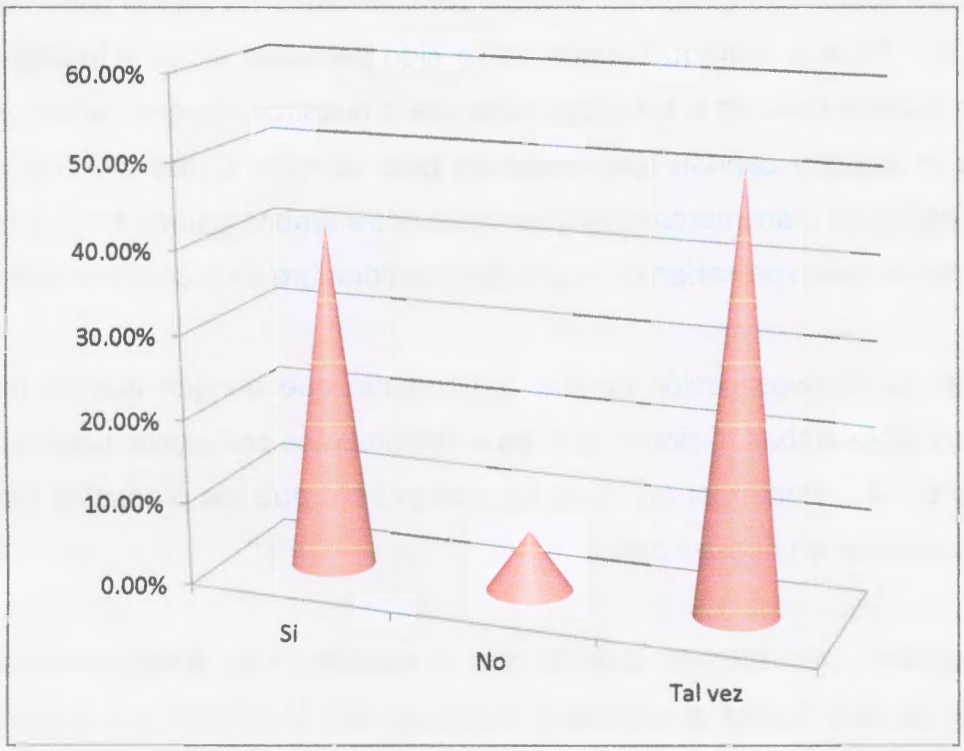


A continuación se presenta lo contestado por las entrevistadas al solicitarles sobre que es que creen que pensarían sus padres si se casaran con un coreano y 54.9% mencionan que no les dirían nada debido a que la elección en la parte sentimental es de cada uno independientemente del tipo de raza, 40.8% mencionó que los apoyarían pero se preocuparían por la diferencia cultural ya que aunque comparten similitudes las diferencias no dejan de existir en especial para personas de distintas razas, 2.8% respondió que otro y en sus respuestas mencionaron que les preguntarían en donde es que decidirían vivir y finalmente 1.4% respondieron que se enojarían debido a que no estarían seguros de sus opiniones por el lenguaje y las costumbres de cada uno.



Finalmente se les pregunto acerca de si tuvieran una relación con un coreano se irían a vivir a Corea del Sur a lo que 51.4% mencionó en el apartado tal vez debido aquel el dejar a su país y familia les sería difícil, además de que aquí cuentan con una educación y profesión mientras por lo que tendrían que olvidarse de ella al menos hasta que aprendieran coreano pero aun así se les es complicado debido a que la población coreana se caracteriza por estar altamente preparado profesionalmente, 41.4% con gran seguridad respondió que sí, ya que el amor que le tendrían a su esposo y la apreciación a su país se combinarían perfectamente para irse a vivir al país surcoreano.

Por ultimo 7.1% respondió que no porque todo sería desconocido para ellas aseguraron que solo les gustaría viajar pero no quedarse a vivir.



3.3 Conclusiones

A través de esta investigación fue posible conocer como ha sido el paso de Corea del Sur con México, esto que nunca había sido pensado, en la actualidad forma parte en nuestra realidad si les preguntáramos a nuestros abuelos tal vez algunos de ellos ni siquiera sabrían que existe un país llamado Corea del Sur y si les comentáramos el gran intercambio que existe entre ambos países en la actualidad posiblemente nos expresarían una cara de incertidumbre o de cuestionamiento.

A lo largo de la investigación hemos comprobado que aunque existan miles de kilómetros entre ambas naciones gracias a instrumentos poderosos como lo son la mercadotecnia y el internet es como ha sido posible que los productos coreanos se den a conocer en nuestro país.

Ambos países comparten la idea de que la educación es fundamental para la población ya que debido al sistema y siguiendo con lo dictado por el estructural funcionalismo de acuerdo al esfuerzo de cada uno es como conseguirán las recompensas, este planteamiento siempre ha sido inculcado y Corea del Sur suele tomárselo muy en cuenta en comparación con México en el podríamos asegurar que de acuerdo a las amistades o nivel socioeconómico es como se consiguen las oportunidades laborales.

Sin embargo después de que ambos países han comenzado a tener un mayor desenvolvimiento a nivel mundial, se han conjugado y han ofrecido oportunidades para que pueda existir un mayor intercambio tanto cultural, económico y político. Especialmente son los jóvenes los que han ayudado a que esto pueda llevarse a cabo ya que un gran número busca más allá de su lugar natal para poder conocer lo que está del otro lado del mundo, ya sea por educación o turismo, se ha promovido un mayor intercambio entre estas naciones que seguramente y como se ha visto el panorama aumentaran con forme pasan los días.

Aunque es importante señalar que el k-pop es su mayor característica, los coreanos estudian todo el mercado y ha sido a través del internet principalmente en donde han notado el sentimiento de agrado que tienen las latinas hacia este género musical.

Por ello han comenzado ha considerar a Latinoamérica para que puedan continuar dándose a conocer, a lo largo de los últimos años han comenzado a propiciar el intercambio turístico y es principalmente con México, Corea del Sur se ha interesado por la variedad de elementos con los que cuenta nuestro país, ya que se pueden observar climas todos los climas a lo largo de todo el años, favoreciéndonos.

De igual forma en la producción de alimentos pues nuestro terreno es tan fértil que podemos obtener la mayoría de todos los alimentos que nos provee la madre tierra y ha sido a través de algunos documentales por reporteros y idols del k-pop los que han sido invitados a participar en programas que viajan a nuestro país con el fin de dar a conocer otras naciones y así ellos puedan relatar las aventuras que les ocurrieron mientras viajaban pero los de mayor auge son los conciertos que se han llevado a cabo y cada años mediante encuestas que son lanzadas en la red.

Las fanáticas mexicanas pueden sugerir a las empresas que grupos les interesaría que asistieran a nuestro país y es que conforme han trascurrido los años cada vez más grupos se presentan en nuestro país, a través de las páginas de los clubs que mexicanas han formado de sus grupos favoritos pueden enterarse de las novedades o con la participación de todas las jóvenes conseguir que sus grupos favoritas asistan una o hasta tres veces ya sea en festivales con participación colectiva o de forma solitaria.

Los idols han reconocido el gran aprecio que las mexicanas han expresado en los conciertos y esperan regresar a nuestro país para llevar a cabo más presentaciones, las mexicanas por su parte les han reconocido el hecho de que

suelen presentarse en español o incluso aprender canciones y frases para que puedan comunicarse un poco con ellas mientras se lleva a cabo el concierto o cuando son recibidos en el aeropuerto.

En verdad es sorprendente el auge que tiene este género en las mexicanas pues una vez que lo conocen lo hacen parte de su día a día, conforme lo hacen va aumentando su deseo de conocer el país de donde provienen sus artistas favoritos y uno de los principales son los alimentos, por fortuna de ellas en el barrio coreano de la Ciudad de México pueden consumirlos y comprar algunos productos para poder prepararlos esto es una de las formas en cómo pueden continuar con su fanatismo por esta cultura y así conocer comida a la que no están acostumbradas a consumir.

Es importante destacar que en su mayoría estas jóvenes gracias a este género incluso han podido volverse más sociables ya que suelen relacionarse con jóvenes de su edad o parecida que tienen los mismos gustos musicales para continuar por esta travesía que las ha motivado a emprender desde que se volvieron amantes de este género.

Inclusive en su mayoría de las jóvenes desean conseguir una pareja coreana se caracteriza por ser muy considerados con su pareja y tratar de siempre hacerla feliz, esta es una de las características que suelen ser conocidas entre la población y es la principal por la cual ha desatado su popularidad entre las mexicanas, algunas de ellas han tenido amigos coreanos que han conocido tanto por internet como por coincidir en algunos restaurantes o conciertos.

Corea del Sur que había sido un país que había defendido las relaciones por personas de la misma raza ahora gracias a los jóvenes esto ha quedado atrás, por supuesto que no han desaparecido las personas que continúen con esta creencia y son especial los mayores los que aun suelen ver extraño las relaciones interraciales.

Sin embargo en nuestro país es un fenómeno que suele presentarse con mayor frecuencia, aunque frecuentemente suelen presentarse como relaciones de noviazgo, pocos son los que suelen llegar al matrimonio.

Aunque suelen verlo como simplemente unas relaciones modernas, los niños que suelen tener padres de doble nacionalidad pueden tener mayores ventajas ya que pueden ser educados con dos lenguajes que desde la infancia son conocidos para ellos, pues es sabido que en la actualidad la mayoría de los trabajos exigen a la población el tener conocimiento sobre otros idiomas, por ello suelen prepararse durante la infancia asistiendo a cursos o contratando maestros particulares, pero estos niños pueden dejar de lado esto ya que los conocen desde niños y lo escuchan hablar las 24 horas del día.

Continuando con el impacto de este género a muchos suele sorprenderle la forma en que se adentran las jóvenes en el aunque no entiendan lo que expresan las canciones, muchas de ellas se aprenden las canciones o buscan paginas en donde los videos ya se encuentran traducidos con la ayuda de personas bilingües que también son fanáticas de este genero y como apoyo a las fans internacionales suben de forma gratuita los videos a la red para que puedan entender de forma completa las letras de las canciones.

Después de realizar este estudio es posible notar que el elemento del pop coreano que ha propiciado el interés de las mexicanas por la cultura coreana es el pop ya que se distingue por ser original y mezcla elementos tradicionales y modernos sumado al hecho del gran atractivo físico y las habilidades artísticas que obtienen los jóvenes después de largos periodos de entretenimiento, son los componentes necesarios para que miles de jóvenes se vuelvan parte de las fanáticas.

Al hacerse participes en el k-pop comienza una etapa de estimación hacia estos grupos y al transcurrir el tiempo con las nuevas canciones que son lanzadas en el

mercado comienza el interés por adquirir la mercancía que estas agencias musicales crean para que pueda ser adquirida por todas las fans del mundo que lo desean y conforme los grupos implementan nuevas presentaciones, portadas diferentes de los discos, fotografías con determinado concepto, tendencias de moda y canciones pegajosas, la industria del k-pop consigue que sus productos sean de éxito notable, en especial porque son muy distintos a los producidos en México pues los grupos de nuestro país se caracterizan por un solo estilo, pocos son los artistas que se atreven a cambiarlo, por eso esta es una de las piezas claves para que las mexicanas se maravillen con los productos tan diversificados que maneja esta industria.

El uso del internet a favorecido a la industria del k-pop ya que las fans internacionales también pueden comprar los discos, ayudándoles a estar en las listas de música más reconocidas del extranjero, que les da ventaja sobre otros o incluso estar al nivel de la música más escuchada del mundo y con una de las industrias musicales con gran poder, esta es la de los Estados Unidos de América.

Estas han sido una de las formas en como el k-pop ha logrado elevan sus ventas ya que no solo sus clientas coreanas pueden obtener los productos sino también las fans internacionales que debido a la distancia no pueden asistir personalmente por ellos y como una forma de mostrar interés o incluso afecto a sus grupos favoritos adquieren la mercancía para poder llenar el vacio que tienen por dentro, al no poder apoyarlos personalmente, incluso les hace querer conseguir los mismos productos que puede obtener una coreana con mayor facilidad tal y como lo haría una coreana con los productos nuevos que salieron de la tienda cerca de su casa.

Las jóvenes mexicanas incluso suben a las redes sociales la mercancía que han adquirido para demostrar su amor por los grupos musicales surcoreanos, esto es algo que comenzó a realizarse por parte de las jóvenes coreanas que postean la gran cantidad de mercancía que han adquirido tanto individualmente como la de los clubs de fans a los que pertenecen, estas acciones son sin duda muy

beneficiosas para que cada vez más personas se enteren de este género que está en su máximo esplendor revolucionando al mundo entero.

Como todas las cosas las compras en línea también tienen su lado negativo, esto es mencionado debido a que la mercadotecnia que maneja del k-pop promociona en el mercado múltiples productos de los idols, las fans se vuelven victimas de ello y al ver que las fans coreanas cuentan con todos los artículos de sus artistas favoritos, las jóvenes mexicanas desean conseguirlos también, por lo que en ocasiones suelen invertir el dinero de mesada o de la quincena que reciben en estos productos. Las nuevas generaciones suelen ser presas del consumismo, debido a la facilidad de obtener productos con solo tener tarjeta de crédito puedes compran infinidad de productos.

La sociedad es un elemento que cambia constantemente, uno de los elementos centrales de ella es la familia y aunque podemos tener distintos tipos, en el transcurso del tiempo esta se va modificando ya que se transforma de acuerdo a las circunstancias, pero hasta la actualidad es un elemento que se da en todo el mundo unido otro aspecto con gran peso social es la cultura que aunque cuenta con mayor diversificación en todo el mundo, algunas de ellas comparten ciertos elementos.

Tanto en México como lo es en Corea del Sur siempre ha estado y se espera continúe presente, los roles que han sido marcados para cada género ha sido una de las transformaciones con mayor visibilidad y como ejemplo es el hecho de que ambos países han sido catalogados como machistas y aunque no ha desaparecido del todo, se les debe reconocer a ambos países es el gran esfuerzo que se ha realizado para que esto termine ya que han aplicado un gran número de medidas para que la mujer pueda tener la misma participación en todos los asuntos del país desde los estudios hasta la libertad sexual, las mujeres pueden ejercer las mismas actividades que los hombres.

Ahora la mujer si así lo desea puede estudiar libremente para que así más adelante pueda introducirse al mercado laboral sumado a que por medio de el

internet es posible que en casi cualquier parte del mundo la comunicación entre personas de distintas partes del mundo sea posible, Corea del Sur siempre se ha distinguido por la calidad con la que elaboran los productos electrónicos, pero junto con uno de los mayores elementos con los que ha comenzado a ser conocido a lo largo del mundo es gracias a su música.

Después de haber recuperado las inquietudes que se ha desarrollado en nuestro país por el surcoreano. Fue posible concluir que un gran número de personas en especial mujeres que viven allá por estudios, relaciones matrimoniales u otros motivos han podido compartir su día a día con las miles de jóvenes que tienen en sus planes algún día ir a viajar o casarse con una persona coreana, a través de estos videos pueden imaginarse y tener una idea de lo que implica ser un extranjero en Corea del Sur ya que deben comenzar desde cero hasta que puedan comunicarse con toda la población en coreano.

Si bien es cierto la mujer a comenzado ha tener mayor participación mundial en puestos que antes eran solamente para hombres como policías, doctores e incluso presidentes, ahora la mujer puede llevar a cabo el papel de madre sin tener que descuidar a su trabajo, ya que si lo desea puede contratar personas para que le ayuden a realizar algunos trabajos como niñeras o sirvientas ya que algunas de ellas cuentan con el capital necesario para poder hacerlo.

O incluso aunque son en poco número han decidido primero tener una carrera y después formar una familia ya que desean proporcionarles a sus descendientes mejores oportunidades de las que ellos tal vez tuvieron, aunque es en muy poco número algunas no tienen la idea de tener hijos pues prefieren trabajar para que ellas puedan darse distintos gustos sin tener el compromiso que podría generarles un hijo.

Retomando lo mencionado con anterioridad al cambiar la sociedad y su mercado, resulta obvio que esto implica un cambio en las profesiones, con anterioridad

algunos trabajos que jamás nos habríamos imaginado que podrían crearse, ahora es posible verlos y quedarnos maravillados, uno de las principales razones se debe a la falta de empleo que es notorio en el mundo aunque en unos en menor grado que en otro, pero puede llegar a presentarse.

Por ejemplo en la actualidad sabemos que el entretenimiento es una de las ramas que mayor porcentaje de ganancias, de igual forma el internet y sus aplicaciones que pueden encontrarse son conocidas por casi todo el mundo. La globalización ha causado que las personas de todas las edades, ya sea por trabajo o por diversión se adentran a las redes sociales para conocer lo que pasa en el mundo, compartir momentos de su vida o simplemente conversar con sus amigos sin necesidad de verse o hablarse por teléfono, ahora simplemente con tener un celular u otro medio electrónico se puede conocer el mundo sin salir de su casa.

Recuperando lo mencionado con las nuevas profesiones que han comenzado a realizar las mujeres a lo largo del mundo existen los Vloggers que hace unos años nadie había podido imaginarse que con solo compartir algunas secciones de su vida o realizar una especie de reportajes sobre ciertos temas llegarían a convertirse en personas famosas a nivel nacional e incluso mundial.

A través de aplicaciones en las que comparten estos videos miles de personas se enteran del trabajo que realizan y posteriormente pueden convertirse en patrocinadores de ciertas marcas, poder realizar viajes para continuar sus reportajes en otros horizontes, creación de eventos para que sus fanáticas puedan tener mayor acercamiento o incluso ser invitados a programas de televisión, radio, etc.

La realidad es que no solo han sido los coreanos sino también algunos mexicanos que por medio de este género han conseguido realizar un trabajo que les ha proporcionado incluso fama a nivel mundial, se espera que continúen creciendo o convertirse en empresarios por medio de la facilitación de productos coreanos a través de las denominadas compras en línea y tal vez incluso que nuestro país tenga las mismas facilidades que los coreanos en donde con solo tener un aparato

electrónico y una tarjeta de crédito pueden ordenar muebles, libros, discos, ropa e incluso alimentos.

Lo cierto es que no solo han sido los altos funcionarios si no también personas las que han conseguido el intercambio de productos o realizar negocios que impliquen la cultura coreana como lo es el caso de las academias de idiomas, ya que en su mayoría son personas de doble nacionalidad, coreanos, mexicanos o mexicanos con coreanos son los que suelen asociarse para llevar estos proyectos, este tipo de establecimientos son en estos días de éxito garantizado ya que se sabe que después de escuchar las canciones las mexicanas comienzan a estudiar coreano principalmente para poder conocer el significado de las canciones por si solas sin ayuda de las páginas que los proporcionan en el idioma de su preferencia.

El gusto por la música les ha impulsado a incorporar idiomas y aprender música pues después de desatarles curiosidad por un país extranjero como lo es Corea del Sur, muchas de ellas aseguran que les ha cambiado la vida, estos pasatiempos son en su mayoría apoyados por sus padres pues a pesar de que lo hacen por el momento por su gusto musical, les beneficia enormemente para poder conseguir un mejor trabajo o realizar estudios en el extranjero mientras se encuentran en la cultura asiática.

Después de esto es importante señalar que a las tres hipótesis han sido correctas ya que a través del pop coreano las jóvenes mexicanas han cambiado su forma de pensar tanto en la parte sentimental hasta la académica, pues en su mayoría transforman su rutina, pues no hay algo que las haga más feliz que escuchar su música preferida o ver los videos de sus artistas favoritos, muchas de ellas a través de las redes sociales suelen realizar imágenes con frases de bromas haciendo referencia en que lo que más felices las hace son sus idols y que podrían pasar todo el día escuchándolos y hablando de ellos.

Ese es uno de los motivos por el cual suelen hablar de sus artistas con su familia y amigos, pero normalmente no suelen entender como lo haría una de ellas ya que

sus padres o amigos no están enterados sobre la temática de los videos como lo estaría una joven con los mismos gustos musicales que ellas.

Por ello a través de las redes sociales no solo pueden informarse sobre nuevas noticias de sus grupos favoritos sino también conocer gente con los mismos gustos, aunque algunas de ellas pueden encontrarse con jóvenes que les guste la misma música en sus escuelas o trabajos, normalmente se conocen gracias al internet, pues las redes sociales suelen vincular a la gente con los mismos gustos o por medio de las publicaciones y los comentarios que pueden hacer comenzar nuevas amistades.

Las jóvenes suelen compartir sus gustos por los grupos y por ello suelen tener reuniones con sus amigas para compartir las noticias que encontraron de sus artistas, los programas en los que participaran, la mercancía que está a la venta, los conciertos que realizaran, etc. En su mayoría suelen bromear diciendo que este género es que disfrutan hacer en la mayor parte del día. Después de trabajar o asistir a la escuela uno de sus pasatiempos favoritos es poder conectarse a las redes sociales para poder escuchar música de k-pop.

A través del internet ha sido posible la conexión de distintas culturas, pero no solo ha sido por entretenimiento sino también de manera educativa ya que por motivación y gracias a las facilidades que se han presentado entre México y Corea del Sur ha sido posible el contacto entre los jóvenes para poder hacer un intercambio cultural y de estilo de vida ya que los coreanos se caracterizan por no tener miedo a viajar a otros países para poder conocer el mundo.

Conforme aumentan su curriculum ya que suelen acudir a nuestro país para aprender o perfeccionar su español, en algunas de las aplicaciones de idiomas se pueden observar que los coreanos mencionan que tanto España como México en la actualidad son los países que les brindan apoyo para que estudien pues mientras perfeccionan su español pueden ser profesores o incluso convertirse en empresarios.

Ante esto un gran número de mexicanas han comenzado a pensar en desarrollar un futuro fuera de su país natal ya sea mientras estudian o de forma permanente, pues el principal motivo es la seguridad que caracteriza al país coreano en comparación tal vez con el nuestro. Un segundo elemento y es de los principales es la tecnología ya que los coreanos pueden estar conectados todo el día en todas partes en internet ya que Corea del Sur es de los países en donde el internet tiene mejor calidad.

Sin duda la unión de México y Corea del Sur, es algo que conforme pasa el tiempo tiene mayor auge, de acuerdo a la situación que a traviesa nuestro país se ha visto obligado ha establecer nuevas relaciones comerciales no solo con Estados Unidos sino también con los países asiáticos, después de China se augura que con Corea del Sur se tenga un mayor intercambio comercial, pero sobre todo a través de la cultura es como podremos tener un mayor acercamiento.

Ante esto es posible asegurar que las relaciones que se han presentado entre ambos países han sido favorables para ambas poblaciones ya que pueden complementarse una a la otra ya que algunos elementos que tiene una carece otra y viceversa, por ello se puede augurar que las relaciones que han comenzado a surgir se mantengan a los largo del tiempo y tal vez no solo comerciales sino también culturales se tengan más presentes, el k-pop ha sido el elemento principal por el cual se ha dado a conocer Corea del Sur en nuestro país y me atrevería a decir que este género le espera una larga estancia en nuestro país debido a que su popularidad aumenta día a día.

Por ello propongo que las mexicanas deben continuar con su gusto por Corea del Sur ya que en su mayoría son resultados positivos como el incorporar el aprendizaje de idiomas o de música, pero no deben de caer en algunas de las redes como las que la mercadotecnia suele tener para provocar las compras compulsivas. Además considero que la admiración por un país es interesante, pero no se deben de olvidar de la importancia de su país, ya que como nación tenemos muchos aspectos fantásticos que son dignos de portar con orgullo como la comida, tradiciones, atractivos turísticos naturales, etc.

3.4 Bibliografía

- Citas bibliográficas

[1] Bourdieu, Pierre, "El sentido social del gusto". Biblioteca clásica de Siglo Veintiuno. Siglo XXI, 2010 pp. 120.

[2]Idem., pp. 128.

[3] Idem., pp. 132.

[4]Canclini, N.G. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. Sociología y cultura pp. 18.

[5] Idem., pp. 27.

[6]Shanin, T. (1983). La clase incómoda. *Sociología política del campesinado en una sociedad en desarrollo.*

[7] Páramo (s.f), Ma. T. Antología de sociología rural. p. 9.

[8] Portes, A. (1995). *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada.* FLACSO México.

[9] Ritzer, G., & Barbado, A. A. (2001). Max Weber. *En Teoría sociológica clásica.* McGraw-Hill.

[10] Bernal, J.L. (2014). México y Corea actores globales. Periódico Excélsior. Recuperado de http://www.excelsior.com.mx/opinion/mexico-global/2014/05/05/957427

[11] Giddens, A., & Duch, A. B. (1994). *El capitalismo y la moderna teoría social.* Labor.

[12] Montoya Campuzano, P. (2005). Los pasos perdidos y las teorías sobre el origen de la música.

[13] Van Avermaet, E. (1992). Influencia social en los grupos pequeños. *Introducción a la psicología social: una perspectiva europea* (pp. 340-366).

[14] Mendoza Enriquez, H. (2011). Los estudios sobre la juventud en México. *Espiral (Guadalajara), 18*(52), 193-224.

[15] Habermás, J. (1990). *Teoría de la acción comunicativa.* V.I p. 222.

[16] Valle, A. (1991). *Valor y precio: una forma de regularización del trabajo social.* México. Universidad Nacional Autónoma de México.p.65.

[17] Weber, M., & Echavarría, J. M. (1977). *Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva.* J. Winckelmann (Ed.). Fondo de cultura económica.

[18] Baudrillard, J. (1978). Sistemas implosivos sistemas explosivos. En *A la sombra de las mayoría silenciosas.* Barcelona. Editorial Kairós.

[19] Inose, H., Pierce, J. R., & Kobayashi, K. (1985). *Tecnología de la información y civilización.*

[20] Zemelman, H. (1994). Sobre la importancia de las realidades que se ocultan. *Tramas, subjetividad y procesos sociales*, (6), 9-20.

[21] Key, W. B., & Key, W. B. (1978). *Seducción subliminal* (No. 04; HF5813. U6, K4.).

[22] Coleman, J. S. (2011). *Fundamentos de teoría social* (Vol. 5). CIS.

[23] Romero, J. L., & Romero, J. L. (1986). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas* (No. 711: 316). Siglo Veintiuno,.

[24] Frith, S. (2001). Hacia una estética de la música popular. *Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología. Madrid. Trotta.*

[25] *Ibid*, p. 5-6.

[26] Homans, G. C., Casado, M. T., & Requena, M. (1999). Conducta social como intercambio. *Reis*, (85), 297-312.

[27] Giddens, A., & Giddens, A. (2006). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración.*

[28] Camarada P. (2016). *Educación: Panorama general.* Banco Mundial.

[29] Canclini, G., & México, D. F. (2004). Culturas juveniles en una época sin respuesta". *Jóvenes. Revista de estudios sobre juventud*, *8*(29).

[30] Miller, D. (1995). *Popper: escritos selectos.* Fondo de cultura económica.

[31] Giddens, A. (2014). Cap 11. Desigualdad global. En *sociología.* Alianza Editorial.

[32] Giddens. (2006).5ª ed. *Op cit.* p. 478.

[33] Portal electrónico de la ONU (2015). *Multilingüismo.* Recuperado de http://www.un.org/es/sg/multilingualism/index.shtml

[34] Para mayor información consultar el canal de Youtube en la cuenta de Canal 11. *Los que llegaron Coreanos (22/02/12).* Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=AmDTrvddD_8

[35] Mendoza, E. C. (2015). México: la marca de sus ciudades. En *Ciudades mexicanas: desafíos en concierto.* Fondo de Cultura Económica.

[36] Giddens, A., & Giddens, A. (2006). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración.*

[37] Portes, A., & Hoffman, K. (2007). Las estructuras de clase en América Latina: composición y cambios en la época neoliberal. *En: Estratificación y movilidad social en América Latina: transformaciones estructurales de un cuarto de siglo-Santiago: NU. CEPAL/LOM Ediciones, 2007-p. 559-604.*

[38] Durkheim, E., & Posada, C. G. (1987). *La división social del trabajo.* Akal.

- Archivos de video consultados

Canal Once. (2013, septiembre 30). Documental – El Milagro Coreano. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=nK17Ac0Es60

Canal Once. (2013, septiembre 30). Documental – La Ola Coreana. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=akiripN-PAk&list=WL&index=97

Canal Once. (2013, septiembre 30). Documental - Vivir Corea. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=nuXj_QatP2Q&index=96&list=WL

El Economista TV. (2014, junio 10). La Belleza de Corea y sus Palacios. [Archivo de video]. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=orTY6HczFzs&feature=youtu.be

Centro Cultural Coreano. (2014, junio 16). La Belleza de Corea y sus Palacios. [Archivo de video]. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=UcuChnJQIgg

Centro Cultural Coreano. (2015, julio 27). La Belleza de Corea y su Naturaleza. [Archivo de video]. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=6OVy51JE-cU

CNNenespañol. (2014, julio 23). Wan Shot! Un vistazo a la comida coreana [Archivo de video]. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=ez5UGTZqdWU&index=76&list=WL

Comunicateencoreano. (2015, julio 09). BARRIO COREANO EN EL D.F [Comunícate en Coreano]. [Archivo de video]. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=jYOmblmvZXs&index=75&list=WL

[Journeymanpicture] (2015, agosto 10). Academic Pressure Pushing S. Korean Students To Suicide. [Archivo de video]. Recuperado el 11 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=TXswlCa7dug&index=94&list=WL

KBS Word TV. (*2014, noviembre 26). EXO-K - Overdose (중독) / Growl (으르렁) [Music Bank HOT Stage / 2014.11.12].* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=-OyQdsPEuR0

KBS Word TV. (*2014, noviembre 26). EXO-K - Sabor a Mi [Music Bank HOT Stage / 2014.11.12].* [Archivo de video]. Recuperado Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=1nD8b9Ig6zs

KBS Word TV. *(2014, noviembre 26). Music Bank in Mexico - English Lyrics | 뮤직뱅크 인 멕시코 – 영어자막본 (2014.11.26).* [Archivo de video]. Recuperado el 2 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=vOk4trtz93A

KBS World latino. *(2015 febrero 02). Music Bank en México | Music Bank in México | 뮤직뱅크 멕시코 Ep. 762.* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=UVFiw4y35Z4

KBSKpop. *(2014, noviembre 12). [HIT] 뮤직뱅크 인 멕시코(MusicBank in Mexico)-요섭&성규&영재(YoSub&SungKyu&YoungJae) - iCorre!.20141112.* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=W-QGu84pSZ8

KBSKpop. *(2014, noviembre 12). [HIT] 뮤직뱅크 인 멕시코(MusicBank in Mexico)-에일리(Ailee) - Donde voy.20141112.* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=o98KlelhP2M

KBSKpop. *(2014, noviembre 12). [HIT] 뮤직뱅크 인 멕시코(MusicBank in Mexico)-걸스데이(Girl's day) - Suerte.20141112.* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=OIIYIU_ygss

KBSKpop. (2014, noviembre 12). *[HIT] 뮤직뱅크 인 멕시코(MusicBank in Mexico)-걸스데이(Girl's day) - Something.20141112.* [Archivo de video]. Recuperado el 12 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=F-kMYmDJicA

KBSKpop. *(2014, noviembre 12). [HIT] 뮤직뱅크 인 멕시코(MusicBank in México)-EXO-K - Sabor a Mi.20141112.* [Archivo de video]. Recuperado el 13 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=8Bi6ctgoe7w

[Kelleykatz]. (2001, agosto 04). Documentary on High School in South Korea (part 1 of 2). [Archivo de video]. Recuperado el 11 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=z5GvkcjszLk&index=19&list=WL

K-pop Zone México. *(2016, abril 02). 20160401 - INFINITE EN MÉXICO (AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CDMX).* [Archivo de video]. Recuperado el 13 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=4u8heEHrZFY

K-pop Zone México. *(2016, abril 04). [K-SOUL IN MEXICO] Presentación del Equipo de Taekwondo.* [Archivo de video]. Recuperado el 13 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=KgxRZWqdzDU

K-pop Zone México. *(2016, enero 15). 20160113 INFINITE CONCERT MÉXICO - COME BACK AGAIN.* [Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=Y7SXEEAt6k4

K-pop Zone México. (2016, julio 07). 20160704 - *SUPER JUNIOR IN MEXICO CITY - LLEGADA AL AEROPUERTO .* [Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=4fElensX92c

K-pop Zone México. *(2016, julio 07). 20160705 - Super Camp in Mexico City - Ai seu te pego* [Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=Yp9mKun-FXg

[Lethuc]. (2010, diciembre 17). [Eng-Subtitle] Coporal Punishment in South Korea. [Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=UOAAUS1A5pA&index=20&list=WL

Televisamonterrey. (2016, febrero 14). Las Noticias - Amor México-Coreano. [Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=9L8aYNq9hR0&list=WL&index=78

Villanueva, M. (2015, julio 29). La K-Pop da a Corea del Sur mil 600 mdd .[Archivo de video]. Noticieros televisa. Recuperado el 11 de octubre del 2016, de http://noticieros.televisa.com/foro-tv-hora-21/1507/k-pop-da-corea-sur-mil-600-mdd/

WORKSHOP KOREA MEXICO. *(2016, enero 12). Corea en México, Ricka Heo en la Cd de México, 1-3 Abril, 2016.*[Archivo de video]. Recuperado el 15 de octubre del 2016, de https://youtu.be/_TFxQlTpEyU

- Artículos electrónicos consultados

Agencia de gestión urbana (2015). Inauguran exposición sobre Corea línea 12 del metro. Noticias, MVS, Tv. Recuperado el 28 de octubre de 2016, de http://www.agu.cdmx.gob.mx/sintesis/index.php/inauguran-exposicion-sobre-corea-en-linea-12-del-metro/

Agencia de noticias Yonhap (2015). La tasa de suicidios de Corea del Sur es la más alta de la OCDE.YONHAPNEWSAGENCY. Recuperado el 28 d octubre del 2016, de http://spanish.yonhapnews.co.kr/national/2015/08/30/0300000000ASP20150830000100883.HTML

[Altonivel] (2016). 9 lecciones de Corea del Sur para la industria mexicana. ALTONIVEL. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.altonivel.com.mx/56095-9-lecciones-de-corea-para-la-industria-mexicana.html?fb_comment_id=1167982379903419_1168716056496718#f23cbededf95ff

AsiaNews (2015). Corea, el suicidio es la principal causa de muerte entre los jóvenes de 9 a 24 años. AsiaNews.it. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.asianews.it/noticias-es/Corea,-el-suicidio-es-la-principal-causa-de-muerte-entre-los-j%C3%B3venes-de-9-a-24-a%C3%B1os-34134.html

Canclini, N. Economía y Cultura: Los Países Latinos en la Esfera Pública Transnacional. Recuperado el 01 de octubre del 2016, de http://campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio11.htm

Capitaltuopinionimporta (2014). Corea del Sur: Aumenta suicidio entre jóvenes por estrés escolar .Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.capital.com.pe/mundo/corea-del-sur-aumenta-suicidio-entre-jovenes-por-estres-escolar-noticia-717819

Castillo, A. (2015). Corea del sur la paradoja de la Buena educación. *El país de los universitarios suicidas.* El Mundo. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.elmundo.es/f5/2015/11/03/562fa6d8ca4741f52f8b4624.html

CNNEspañol.com (2013) 10 cosas que Corea del Sur hace mejor que cualquier otro país. CNN. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://cnnespanol.cnn.com/2013/11/28/10-cosas-que-corea-del-sur-hace-mejor-que-cualquier-otro-pais/#0

Economiahoy. Corea del Sur: escuelas donde experimentar la muerte y evitar suicidios. Economiahoy.mx. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.economiahoy.mx/life-style-eAm-mx/noticias/7193062/12/15/Corea-del-Sur-el-pais-con-mayor-indice-de-suicidios.html

Gauthier, M. O., & Yudice, G. (2002). The Latin American music industry in an era of crisis. *November, Paper prepared for The Global Alliance for Cultural Diversity, Paris: UNESCO.* Recuperado el 01 de octubre del 2016, de

http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.6607&rep=rep1&type=pdf

Gavira, A. (2011). El preocupante caso de los suicidios de jóvenes en Corea del Sur. La juventud opina. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.voicesofyouth.org/es/posts/el-preocupante-caso-de-los-suicidios-de-jovenes-en-corea-del-sur

Girao, M (2011). ¿Sabias que Corea del Sur ocupa el primer lugar en cuanto a suicidios entre los países de la OCDE?. Psicoterapeutas.net. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://psicoterapeutas.eu/mayor-tasa-de-suicidio-ocde/

Gómez, L. O., & Vélez, C. S. (2013). Seúl, ciudad de contrastes: másculinidad y capital mundial del maquillaje para hombres. *Revista Digital Mundo Asia Pacífico*, *2*(2), 74-78. Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/view/2092
http://portal.unesco.org/culture/en/files/28004/11226404503THE_LATIN_AMERICAN_MUSIC_INDUSTRY_IN_AN_ERA_OF_CRISIS.pdf/THE%2BLATIN%2BAMERICAN%2BMUSIC%2BINDUSTRY%2BIN%2BAN%2BERA%2BOF%2BCRISIS.pdf

López Rocha, N. (2015). El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea. *Portes: Revista Mexicana de Estudios Sobre la Cuenca del Pacifico*, *9*(18). Recuperado el 16 de octubre, de http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=18706800&AN=117823027&h=Bpk3OiVDVkcRo1vhmfdmsEbQNzJ8pmGXiYUo22QAwWkR7WCkxEml1OjDC5KrxO27TA7q1aSNM3Vq4O3OT5H8ZQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d18706800%26AN%3d117823027

México evento plus (2016). México y Corea del Sur firman acuerdo de cooperación turística. Mexicoeventoplus.com. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.eventoplus.com.mx/articulo/2852/4/mexico-y-corea-del-sur-firman-acuerdo-de-cooperacion-turistica/

Meza, X. V., & Park, H. W. (2015). Globalization of cultural products: a webometric analysis of Kpop in Spanish-speaking countries. *Quality & Quantity*,*49*(4), 1345-1360. Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://www.raco.cat/index.php/Redes/article/view/289628

Meza, X. V., & Park, H. W. (2015). La globalización de productos culturales: Un Análisis Webométrico de Kpop en países de habla hispana. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, *26*(1), 124-148. Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://www.raco.cat/index.php/Redes/article/view/289628

Miserachi, (2016) México y el K-Pop: Una obsesión inocente por la perfección surcoreana. R. Recuperado el 27 de octubre de **http://www.univision.com/musica/pop/mexico-y-el-k-pop-una-obsesion-inocente-por-la-perfeccion-surcoreana**

Molnar, V. (2014). La ola K-POP rompe en América Latina: un fanatismo transnacional para las Relaciones Exteriores de Corea del Sur. *Question*, *1*. Recuperado el 16 de octubre, de http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/37950

Ortiz, M. E. R. (2011). El acercamiento de México a Asia Pacífico. Hacia la firma de un Acuerdo con la República de Corea y un balance del Acuerdo de Asociación Económica con Japón. *Asian Journal of Latin American Studies*,*24*(1), 29-52. Recuperado el 02 de octubre de 2016, de http://www.ajlas.org/v2006/paper/2011vol24no102.pdf

Rodriguez, F. (2011). Corea del Sur: excelencia educativa, al precio de la infelicidad.aceprensa. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de

https://www.aceprensa.com/articles/corea-del-sur-excelencia-educativa-al-precio-de-la-infelicidad/

UniversiaEspaña (2015). Corea del Sur excelencia educativa con altas dosis de infelicidad. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://noticias.universia.es/educacion/noticia/2015/11/06/1133327/corea-sur-excelencia-educativa-altas-dosis-infelicidad.html

- Libros electrónicos consultados

Tapia, H. M. Desempeño tecnológico de Corea del Sur y su impacto en la relación comercial con México:¿ es posible una interpretación cepalina?. *Estudios para su comprensión en el mundo contemporáneo*, 49. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.portesasiapacifico.com.mx/CUEICP/publicaciones/pdfs/2011-07_DesecoGeoculCorea_completo.pdf#page=50

- Paginas electrónicas consultadas

[Admin] (2014). Lo que nos dejo el music bank en México. xiah pop. Recuperado el 09 de octubre del 2016, de http://xiahpop.com/lo-que-nos-dejo-el-music-bank-en-mexico

[doctorx] (2015). La influencia de la música extranjera sobre la música del género regional mexicano. Recuperado el 01 de octubre del 2016, de http://doctorx.blogspot.es/1433301947/la-influencia-de-la-musica-extranjera-sobre-la-musica-del-genero-regional-mexicano/

García, F (2016). La belleza de Corea llega al Metro Ermita. La capital. Recuperado el 09 de octubre del 2016, de

http://www.lacapitalmx.com/sensorama/la-belleza-de-corea-llega-al-metro-ermita#imagen-1

Hallyu Mx (2009). Feria de las Culturas Amigas 2009. Hallyu Mx la Ola Coreana en México. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de https://hallyumx.wordpress.com/2009/06/11/feria-de-las-culturas-amigas-2009/

Huang, X. (2009). 'Korean Wave'—The Popular Culture, Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in the East Asia. *Asian social science*, *5*(8), 123. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.ccsenet.org/journal/html/ass/articles/3449.html

Lie, J. (2012). What is the K in K-pop? South Korean popular music, the culture industry, and national identity. *Korea Observer*, *43*(3), 339. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.tobiashubinette.se/hallyu_1.pdf

María (s.f) .Cosas de México. Recuperado el 29 de octubre del 2016 de http://www.cosasmexico.com/mexico-en-el-foro-de-turismo-sustentable-en-brasil/

Mi Asia Pop (2016). México el sueño de dos idols. Mi Asia Pop tu conexión con Asia. Recuperado el 08 de octubre del 2016, de http://www.miasiapop.com.mx/?p=1038

Koreaboo (2016). 7 Things That Make Haters Fall In Love With K-Pop. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.koreaboo.com/interactive/7-things-thatll-make-haters-fall-in-love-with-k-pop/

Ponce, M., Besanilla, T., & Rodríguez, H. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. *Contribuciones a la Economía, julio*. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.eumed.net/ce/2012/dhi.html

[Sam](2014). Music bank confirmado: el mayor evento de k-pop en Mexico. xiah pop. Recuperado el 09 de octubre del 2016, de http://xiahpop.com/music-bank-en-mexico-2

Santos Ch (2016). a-z del k-pop. I-D. Recuperado el 09 de octubre del 2016, de septiembre del 2016, de http://i-d.vice.com/es_mx/article/a-z-del-k-pop

Secretaria de Turismo . Firman México y Corea del Sur programa específico de cooperación turística. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de https://www.gob.mx/sectur/prensa/firman-mexico-y-corea-del-sur-programa-especifico-de-cooperacion-turistica

SS501news. (2015). [Photo] Kim Kyu Jong at Coffine Gurunaru México Restaurant & Coffee Shop in Mexico [15.10.04]. Recuperado el 08 de octubre del 2016, de http://ss501-news.blogspot.mx/2015/10/photo-kim-kyu-jong-at-coffine-gurunaru.html

[Xiaolong]. (2014). 7 Reasons Why People Hate K-pop And How To Respond To Them. Hellokpop. Recuperado el 10 de octubre del 2016, de http://www.hellokpop.com/featured/7-reasons-why-people-hate-k-pop-and-how-to-respond-to-them/

- Periódicos electrónicos consultados

Calderón, L. (04 de abril del 2016). Infinite rompe fronteras; Corea y México estrechan lazos. Excélsior. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/funcion/2016/04/04/1084373

[EFE] (25 de enero del 2013). ¿Conoces el ritmo K-Pop?; el del gangnam. Excélsior. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/2013/01/25/881081

[EFE] (11 de septiembre del 2015). Corea del Sur, el país desarrollado con más suicidios. El Comercio MUNDO. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://elcomercio.pe/mundo/asia/corea-sur-pais-desarrollado-más-suicidios-noticia-1840172

[REDACCIONACCIÓN] (21 de mayo del 2015). Extienden Feria de las Culturas Amigas tres días más en Zócalo. Excélsior. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2015/05/21/1025369#view-1

El Economista (26 de julio del 2012). Firman México y Corea del Sur acuerdo turístico. El Economista. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/07/26/firman-mexico-corea-sur-acuerdo-turistico

Huerta, E. (15 de septiembre del 2016). El K-pop, una fascinación audiovisual. Milenio.com. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.milenio.com/hey/musica/K-Pop-Kpop-Music_Bank-Super_Junior-JYJ-CNBlue-Ailee-Seo_Taji_and_Boys_0_370163366.html

Informador. MX. (Septiembre 2011). Corea del sur la republica del suicidio. Informador. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.informador.com.mx/internacional/2015/613871/6/corea-del-sur-la-republica-del-suicidio.htm

Mérida, J. (09 de agosto del 2013).MBLAQ deleita a "mamacitas" mexicanas en concierto. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2013/mblaq-grupo-corea-musica-concierto-941469.html

Mérida, J. (11 de enero del 2014). Lunafly prepara su show para México. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/impreso/lunafly-prepara-su-show-para-mexico-128678.html

Mérida, J. (27 de enero del 2014). CNBLUE ofrece gran primer concierto en México. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/cnblue-ofrece-gran-primer-concierto-982687.html

Mérida, J. (29 de octubre del 2014). K-pop caro pero exitoso. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/impreso/k-pop-caro-pero-exitoso-134278.html

Mérida, J. (29 de octubre del 2014). Music Bank in México, primer festival de K-Pop. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/impreso/music-bank-in-mexico-primer-festival-de-k-pop-133720.html

Mérida, J. (31 de octubre del 2014). Coreanos gozan de tierra azteca. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2014/impreso/coreanos-gozan-de-tierra-azteca-134291.html

Mérida, J. (26 de septiembre del 2016). Youtubers mexicanas hayan amor y dinero en el extranjero. El Universal. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/farandula/2016/09/26/youtubers-mexicanas-hallan-amor-y-dinero-en-el-extranjero

Muños Alba, Sartorio Gillem (22 de noviembre del 2015). Corea del Sur Viaje al país más adicto a la cirugía estética. Recuperado el 16 de octubre, de http://www.elespanol.com/reportajes/20151121/80991919_0.html

Notimex (25 de junio del 2016) . K-Pop acerca a los jóvenes mexicanos con la cultura coreana. Zócalo Saltillo. Recuperado el 29 de septiembre del 2016, de http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/k-pop-acerca-a-los-jovenes-mexicanos-con-la-cultura-coreana-1466817031

Orta Bonilla, G. Sincronizan su k-pop en México (s.f). El Universal. Recuperado el 29 de septiembre del 2016, de http://www.qhacer.com.mx/noticia/que-ver/06-01-2016/sincronizan-su-k-pop-en-mexico

Paramo, A. (21 de mayo del 2016). Inauguran la Feria de las Culturas Amigas 2016 en el Zócalo. Excélsior. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/05/21/1094073

Pineda, C (06 de julio del 2016). Super Junior enloquece a fans mexicanas. El Universal. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/musica/2016/07/6/un-incompleto-super-junior-prende-la-arena-mexico

Posada, M. (21 de septiembre del 2016). México y Corea del Sur suscriben programa sobre turismo. La Jornada en línea. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.jornada.unam.mx/ultimás/2016/09/21/mexico-y-coreo-del-sur-suscriben-programa-sobre-turismo

"Presidenta de Corea del Sur llega a México". (02 de abril del 2016). El informador diario independiente. Recuperado el 30 de septiembre del 2016, de http://www.informador.com.mx/mexico/2016/653721/6/presidenta-de-corea-del-sur-llega-a-mexico.htm

Quintana, E (25 de octubre del 2013). Diferencias entre Corea del Sur y México. EL FINANCIERO. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/diferencias-entre-corea-y-mexico.html

Ramírez, K. (09 de mayo del 2013). Anuncian Feria de las Culturas Amigas para el 25 de mayo. Excélsior. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2013/05/09/898112

Santamaría, J.(29 de diciembre del 2015). Alternativas en crecimiento. Excélsior. Recuperado el 29 de octubre del 2016, de http://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/12/29/1065793

[SUN]. (07 de enero del 2016). Sincronizan su k-pop en México. El imparcial.com. Recuperado el 01 de octubre del 2016, de http://www.elimparcial.com/EdicionEnLinea/Notas/Entretenimiento/07012016/1041854-Sincronizan-su-k-pop-en-Mexico.html

Torres Corzo, T. (02 de abril del 2016).Visita a México de Park Geun-Hye, presidenta de Corea. El Universal. Recuperado el 02 de octubre del 2016, de http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/articulo/teofilo-torres-corzo/nacion/2016/04/2/visita-mexico-de-park-geun-hye

- Revistas digitales consultadas

Hallyu Magazine(2014). PARK JUNG MIN EN CONCIERTO EN MÉXICO EL 10 DE OCTUBRE. Recuperado el 28 de octubre del 2016, de https://koreantastic.com/7402/park-jung-min-en-concierto-en-mexico-el-10-de-octubre/

Roggen, A. L. (2015). Globalization of popular culture: Kpop in an American dominated world. Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://theses.ubn.ru.nl/handle/123456789/774

Simón Eiras, R., & Sáiz López, A. (2015). Repercusiones sociales de género de la Ola Coreana (Hallyu). Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://ddd.uab.cat/record/147097

Valencia Lomelí, E. (2010). Los debates sobre los regímenes de bienestar en América Latina y en el Este de Asia: Los casos de México y Corea del Sur. *Espiral (Guadalajara)*, *16*(47), 65-103. Recuperado el 02 de octubre de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S166505652010000100003&script=sci_arttext

Vargas Meza, X., & Park, H. W. (2015). La globalización de productos culturales. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, *26*(1), 124-148. Recuperado el 16 de octubre del 2016, de http://ddd.uab.cat/record/129826

Yazmin Ru (2016). Corea del sur presente en la cuidad de México. Recuperado el 09 de octubre del 2016, de http://aminoapps.com/page/k-pop-es/6871293/corea-del-sur-presente-en-la-ciudad-de-mexic

3.5 Anexos

A) Glosario

Doramas: Telenovelas coreanas.

Fandom: Persona que es miembro de algún club de fans del k-pop.

Hangul: Alfabeto nativo coreano.

Hobby: Pasatiempo que se realiza por satisfacción.

Idols: Artistas jóvenes coreanos, pertenecientes a grupos musicales de k-pop.

Jugo de aloe: Jugo coreano que tiene como ingrediente principal aloe.

Kimchi: Acompañamiento tradicional coreano que consiste en una preparación fermentada de distintas verduras como col, rábano, etc.

Photocards: Distintas tarjetas con portadas de artistas individuales o grupales, que son incluidas en discos de k-pop.

Ramyeon: Sopa instantánea coreana que consiste en fideos y otros ingredientes como carnes o verduras.

Souvenirs: Productos que se pueden adquirir desde tradicionales hasta modernos.

Vlogger: Persona con cuenta de Youtube en donde realiza transmisiones sobre alguno o varios temas específicos.

B) Cronograma de actividades

Capitulo	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Capitulo 1 Apartado 2.1, 2.2	X							
Apartado 2.3, 2.4			X					
Apartado 2.5, 2.6					X			
Capitulo 2 Apartado 3.1, 3.2	X							
Apartado 3.3, 3.4			X					
Apartado 3.5, 3.6					X			
Capitulo 3 Apartado 4.1, 4.2	X							
Apartado 4.3, 4.4					X			
Apartado 4.5, 4.6					X			

C) Cuestionario

1. ¿Qué edad tienes?

2. ¿Cuál es tu escolaridad?

3. ¿A que te dedicas?

4. ¿Cuál es tu nivel socioeconómico?

5. ¿En donde vives? (Opcional a contestar)

6. ¿Qué aspectos conoces sobre la cultura coreana?

☐ K-pop

☐ Comida y restaurantes cerca de tu cuidad

☐ Tradiciones

☐ Productos electrónicos

☐ Todas las anteriores

☐ Otros_____

☐ Ninguno

*Si contestaste que si a alguno de los aspectos anteriores, pasa a la siguiente pregunta.

7. Después de conocer la cultura Coreana. ¿Que te ha motivado a incorporar en tu vida cotidiana?

☐ Música

☐ Idiomás

☐ Licenciatura, Maestría, Doctorado

☐ Nada ¿Por qué?_____

8. Haz asistido a alguno de los eventos que se han realizado por parte de Corea del Sur en México.

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Cuales? _____

9. ¿Te gustaría ir a Corea del Sur?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Por qué?_____

10. De las Vloggers mexicanas que viven en Corea del Sur, ¿Qué canales de Youtube conoces?

☐ Latina Saram

☐ Double Trouble en Corea

☐ Hablemos de Doramás

☐ Lupyrymy Vlog y Yo Amo Corea (Pertenecientes a la misma Blogger mexicana).

☐ Km love

☐ Mesmi L

☐ Mexi Corea

☐ Dice Daysi

*Si conoces alguna o la mayoría de ellas ¿Por qué si o por qué no ves sus canales de Youtube?

_____

11. ¿Te gusta el k-pop?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Por qué? _____

*Si contestaste que si, pasa a la siguiente pregunta

12. ¿Qué grupos de k-pop te gustan?

☐ Exo

☐ AOA

☐ Seventeen

☐ Otro ¿Cual?_____

13. ¿Qué paginas de internet o aplicaciones consultas para informarte del k-pop?

☐ Youtube

☐ Facebook

☐ Dailymotion

☐ Twitter

☐ Instagram

☐ Otro

14. ¿Tienes amigas que tengan los mismos gustos por grupos de k-pop?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Cómo las conociste?_____

*Si contestas que si, pasa a la siguiente pregunta

15. ¿Suelen reunirse para realizar actividades relacionadas con el k-pop?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Comprar productos coreanos

☐ A comer comida coreana

☐ Reunirse en alguna casa para ver programas coreanos o hacer pijamadas

☐ Ver videos de Vloggers mexicanas que viven en Corea del Sur

☐ Todas las anteriores

☐ Otra ¿Cuál? _____

16. ¿Cuál es tu estado civil?

☐ Soltera

☐ En una relación

☐ Casada

17. ¿Qué piensas de los matrimonios interraciales (entre coreanos y personas de otra nacionalidad distinta a la suya)?

18. ¿Te gustaría casarte con un coreano?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Por qué?_____

*Si contestaste que si, pasa a la siguiente pregunta

19. ¿Qué crees que pensarían tus padres si te casaras con uno?

☐ Nada

☐ Se enojarían

☐ Me apoyarían, pero se preocuparían por la diferencia cultural

☐ Otro_____

20. Si tuvieras una relación con un coreano te irías a vivir a Corea del Sur?

☐ No ¿Por qué?_____

☐ Si ¿Por qué?_____

¡Gracias por tu participación!