



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

**LA OLA COREANA LLEGA A MÉXICO: EL
IMPACTO DE LOS DRAMAS COREANOS ANTE LOS
JÓVENES COMPARADO CON LOS MELODRAMAS
MEXICANOS**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO**

P R E S E N T A:

BEATRIZ GABRIELA BARBOZA DÍAZ

ASESOR:

LIC. JOSÉ ANTONIO ZA VALETA LANDA



FES Aragón

ESTADO DE MÉXICO, MAYO DE 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Esta tesis surgió cuando conocí a dos amigas coreanas en el intercambio: Belica y Kim. Belica un día me preguntó si los hombres de las telenovelas eran así de tiernos en la vida real, le respondí que a veces. Yo sé que ellas nunca me van a creer, pero creo que son bonitas, más que esas actrices que aparecen en sus series y que desean parecerse a ellas, ojalá se den cuenta de eso y encuentren un hombre mejor que el actor Lee Min Ho.

Mi mayor agradecimiento es a mis padres que me han becado tanto tiempo. Mi padre con sus preocupaciones que van más allá de lo normal y mi madre que es la persona que más admiro en este mundo, espero en un futuro convertirme en una gran mujer y madre como ella. A mi hermana que aunque me molesta mucho, y más cuando me puse amarilla, siempre ha estado ahí apoyándome y haciéndome reír.

Mis abuelitos Cayetano y Guadalupe que son parte más que importante de mi vida, cuando los veo son como el aire fresco de la mañana que me anima a seguir adelante. Espero que conozcan a mis nietos, tienen que vivir más de 100 años. No se preocupen, lo harán, ustedes siempre están en mi corazón.

Y a esta gran universidad que me permitió conocer grandes maestros e historias, que me apoyó para conocer otro país y de ahí estupendas personas que me acompañan. A mi asesor por su confianza y tiempo; mis amigos geniales casi hermanos: Oscar, Axel y la persona que cambió mi vida: Vicky.

Traté de aprovechar y respetar lo más que pude de esta universidad. Gracias por todas las enseñanzas académicas y de vida. Espero en el futuro poder hacer algo más por la FES Aragón.

Índice

Introducción	1
Capítulo 1	
Las cenicientas mexicanas. Retrospectiva de las telenovelas en México	
1.1 La ópera de los jabones	4
1.1.1 Cuando todo era color de rosa	9
1.2 Características de las telenovelas	10
1.3 Melodrama mexicano	13
1.4 Tipos de telenovelas	15
1.5 La entrada de TV Azteca	19
1.6 Cambio de paradigmas	20
1.7 La telenovela hoy en día	22
1.7.1 Falta de creatividad	23
1.7.2 Telenovelas políticas	25
1.8 ¿Quiénes ven telenovelas?	28
1.9 La educación en las telenovelas	29
1.10 ¿Existe una crisis en la televisión?	31
Capítulo 2	
Introducción a los K-dramas	
2.1 Breve historia de los K- dramas y su impacto	33
2.2 Características de los K- dramas	35
2.2.1 Personajes y clichés	37
2.2.2 Los clichés más usados en los K- dramas	43
2.3 Las principales televisoras de los K- dramas	46
2.4 Tipos de K- dramas	49
2.5 Los K- dramas más importantes hasta el momento	51
2.6 Cómo los K- dramas cambiaron la concepción de Corea del Sur en Japón y en el mundo	56
2.6.1 Los K- dramas como una fuente de ingresos en Corea	58
2.7 La Ola Coreana llega a Latinoamérica	62
Capítulo 3	
K- dramas y las telenovelas mexicanas	
3.1 Internet como medios de difusión de los melodramas	68
3.2 Telenovelas y televisión, un mundo aparte para los jóvenes	73
3.3 La Ola Coreana que llega a los jóvenes mexicanos	77
3.4 Ser rebelde para la televisión	88

3.5 Los chicos guapos son mejores que las flores	94
--	----

Capítulo 4

El derecho de soñar es parte de todo el mundo

4.1 El papel de la mujer en los melodramas de ambos continentes, siguiendo con Boys Before Flowers y Rebelde.	100
4.2 El físico es lo que importa	107
4.2.1 El hombre perfecto	107
4.4 Futuro de las telenovelas y de lo K- dramas	111

Conclusiones	118
---------------------	-----

Glosario	127
-----------------	-----

Bibliografía	128
---------------------	-----

INTRODUCCIÓN

Las telenovelas son parte de la idiosincrasia del mexicano, aunque la gente las trata como si fueran un producto para cabezas vacías, cuando no siempre fue así. En la actualidad podemos decir que las telenovelas están sufriendo una crisis de creatividad y de audiencia pues con las nuevas tecnologías se pueden ver diversos programas de todo el mundo, y son los jóvenes quienes las aprovechan al máximo, de ahí que hoy en día entre las adolescentes se esté hablando de los K- dramas.

Los K- dramas son conocidos en nuestro país como doramas o doramas coreanos, pues como se indica provienen de Corea de Sur y ahora alcanzan su mayor nivel de popularidad gracias al K-pop. Para resumirlo, ambos son conocidos como *Hallyu* u Ola Coreana, y como indica el título de la tesis, la Ola Coreana ha llegado a México.

Las características del *Hallyu* es que es un producto cultural de Corea del Sur, donde encontramos música, series, películas, maquillaje, y se ha ido extendiendo primero por Asia y ahora por todo el mundo. Es la representación del mundo del entretenimiento y el poder adquisitivo que están ganando los surcoreanos.

Corea del Sur es un país emergente quien ahora puede presumir de alcanzar un buen nivel económico y también el gobierno de dicho país se ha dado cuenta del poder que tienen los productos culturales y cómo han ayudado, sobre todo los K- dramas y el K-pop, a que todo el mundo se fije e invierta en su país.

El presente trabajo no busca hacer menos a las telenovelas mexicanas, al contrario, es realizar una retroalimentación de las producciones de ambos países y ver que las futuras generaciones están buscando una manera diferente de entretenerse, por lo que las televisoras tienen que darse cuenta de lo que su público está demandando.

Las telenovelas mexicanas se han exportado por todo el mundo, también han alcanzado un nivel muy alto de popularidad, pero antes sabíamos que eran buenas porque eran de autor, porque tenían el sello de un escritor como Yolanda Vargas Dulché, ahora son los actores quienes venden la telenovela, esto tampoco excluye a las producciones de Seúl, pero éstas últimas están avanzando y las mexicanas se quedan estancadas.

En el primer capítulo se hará una retrospectiva de las telenovelas mexicanas y lo que se está haciendo hoy en día tomando las investigaciones de Nora Mazziotti, Guillermo Orozco, Rafael Ahumada Barajas, entre otros, en los cuales nos basaremos para explicar las características del melodrama mexicano y de otros países de Latinoamérica así como la producción y alcances que están teniendo hoy en día.

En el segundo capítulo veremos la historia y el impacto que han tenido los K-dramas en el mundo y cómo han hecho que estos productos generen ganancias en el mercado surcoreano. Para ello se usará como respaldo el libro publicado por la embajada de Corea del Sur, *Korea Culture and Information Service, K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal* y diferentes notas publicadas por distintos

periódicos nacionales e internacionales pues al ser un fenómeno nuevo no existen muchas investigaciones a fondo. En este mismo capítulo, se hará un análisis de personajes utilizando la metodología de Propp en su obra *Morfología del Cuento* en los K-dramas.

Por lo que en el tercer capítulo se investigará cuáles son las preferencias de búsqueda de internet en cuanto las producciones mexicanas y coreanas, para ello se utilizará *Google Trends*, un buscador de tendencias. También se analizará el impacto de las redes sociales para la difusión de los K- dramas por lo que partiendo de ahí se hará una encuesta utilizando el formulario que también tiene como herramienta Google.

En la encuesta se preguntará cuál ha sido el K-drama favorito y dependiendo del resultado se comparará con una de las telenovelas más exitosa de la última década, proporcionado por IBOPE.

El cuarto capítulo se analizará el papel y los ideales de la mujer en las producciones coreanas y mexicanas así como la importancia de la imagen física, para ello utilizaremos las investigaciones de Lipovetsky y se expondrán algunos comentarios de mujeres que fueron entrevistadas, todas ellas de entre 18 y 40 años.

También se harán observaciones de lo que será el futuro de las telenovelas junto con los comentarios de críticos de televisión que son Álvaro Cueva y José Ángel Soto. Esperando que dicho trabajo promueva una cultura crítica de la televisión, sobre todo en los melodramas, y los alcances que se puede obtener de ellos.

Capítulo 1

Las cenicientas mexicanas. Retrospectiva de las telenovelas en México



1.1 La ópera de los jabones

Entre el tumulto de personas una joven destaca por su vestido color azul brillante, sus piernas ligeras salen invictas en la ciudad, en los carros que tocan el claxon constantemente, en las personas que regresan a sus casas después de un arduo día de trabajo. La joven sigue su camino, sin detenerse por nadie. Del otro lado,

en un salón elegante su chico la espera sin aceptar invitación alguna, acepta a regañadientes sacar a bailar a una antigua amiga y cuando está punto de iniciar el baile aparece nuestra cenicienta, Teresa, sobresaliendo como en la calle, en el salón elegante, los chicos se le amontonan, pero su príncipe va por ella dejando muy molesta a una antigua amiga.

Todo ese tiempo ambos hablan de una pronta boda, sobre que los padres de ella que están muy ocupados en sus viajes, por eso no están en la fiesta. Teresa se tiene que regresar temprano sin dejar que la lleve su príncipe, pero olvida su abrigo. Él corre tras ella para entregárselo y la sigue hasta unos condominios muy humildes y descubre que su novia es pobre.



Teresa

<http://www.mundonets.com/teresa/capitulo-jueves-7-de-julio-2011/>

La mayoría de las telenovelas mexicanas se basan en el cuento de Cenicienta, el sueño de superación de toda mujer quien busca que un hombre la salve de esa pesadilla.

“La telenovela nació en el siglo XVIII haciendo honor a su nombre, es decir, era un drama musical (melos drama). En el siglo siguiente se convirtió sólo en teatro recitado, pero en nada ha variado: el amor obstaculizado pero al final victorioso, con sus eventuales mártires encabezados por Marguerite Gautier, *La Dama de las Camelias*”.¹

¹Luis Reyes de la Meza, *Cónicas de la telenovela*, México sentimental, México, Clío, 1990, p.10.

<http://www.planetacurioso.com/2008/05/15/como-se-llamo-la-primera-telenovela-mexicana/>



***Senda Prohibida* protagonizada por Silvia Derbez.**

Pero fue en la radio donde prácticamente empezó todo. Según Luis Reyes de la

Meza en *Crónicas de la telenovela*, en los años treinta los mexicanos escuchaban las aterradoras historias del *Monje Loco*, *Topillo y Planillas* y *Hogar, dulce hogar*. Pero no fue sino en Cuba, en los años treinta, que las calles se quedaron solas, los cubanos estaban con el alma en un hilo por seguir escuchando *El*

derecho de nacer de nacer, Felix B. Caignet, el primer ídolo latinoamericano de la literatura electrónica.

Cuba no tenía idea del impacto mediático que tendría esta radionovela, pero México sí. Las primeras transmisiones en el país fueron teleteatros, un gran ejemplo de lo que televisión no debía hacer por las malas traducciones. El tiempo en pantalla hacía que algunas escenas importantes se quitaran. No obstante, se hicieron público el Teatro Selecto Packard o el Teatro Fábregas.²

Luis Reyes de la Meza cuenta que el 6 de julio de 1958 nace *Senda prohibida*, la historia de una mujer que por amor ciego tiene una relación con un hombre casado. Este melodrama fue protagonizado por Silvia Derbez y Francisco Jambrina. En las telenovelas, los patrocinadores eran empresas de detergentes y jabones, de ahí el nombre de Estados Unidos de *Soap Opera* (opera de los

²*Ibid.*, p. 13

jabones). Fue tanto el éxito que amas de casa esperaban a Silvia Derbez para insultarla.

Al principio parecía que la mujer rompía con ciertos valores morales como le siguió *Teresa* (1959), original de Mimi Bechelan protagonizada por Maricruz Olivier, una actriz que quedó en la memoria de los mexicanos por su interpretación, “nadie como ella lograría manifestar la locura vengadora al arquear las cejas, abrir desmesuradamente sus ojos verdes y trabar la mandíbula. Era una pesadilla de las amas de casa, el anticipo de que la futura víctima tenía los capítulos contados”³



http://blogxristo.blogspot.mx/2010_08_03_archive.html

Teresa

Con el tiempo las historias se cambiaron a mujeres un poco más maleables e inocentes a mentes menos perturbadoras.

Caridad Bravo Adams y Yolanda

Vargas Duché fueron las creadoras más prolíficas de telenovelas de esa época, las que se distinguieron por crear un sello de fábrica a la industria, sin embargo, por más que sus mentes intentaran hacer más historias, la industria telenovelera crecía sin medida, exigiendo más historias para el público.

³ *Ibidem*, p. 22.

Corazón Salvaje (1966) bastaría para que Bravo Adams figurara en la historia del género al mostrar su dominio de la estructura dramática y lo inquietante de sus personajes que nunca se alinean ni en el bien puro ni en el mal declarado resistencial al paso del tiempo.⁴

Gutierritos (1958), *Teresa* (1959), *María Isabel* (1966), *Rubí* (1968), la comedia de enredos *Gabriel y Gabriela* y *Ladronzuela* fueron los siguientes éxitos.



María Isabel

María Isabel fue la historia de Yolanda Vargas Duché, de los comics que se vendían cada semana, *Lágrimas y Risas* y que ha sido una historia que se ha ido reciclando a lo largo de los años⁵.

Álvaro Cueva nos hace una pregunta interesante: “¿Sabía usted que gracias a “María Isabel” muchas mujeres de condición humilde aprendieron a leer y

a escribir? Era tanta la desesperación por conocer a la primera campesina que llegaba a la ciudad y se casaba con el patrón, que consultar la versión en historietas era imprescindible. *María Isabel* fue para México el antecedente de todas las Marías posteriores⁶.

⁴Ídem.

⁵ Alfredo Gudini, *El Castillo de las estrellas*, México, Grijalbo, 1996, p 167.

⁶Luis Roberto, Archivo de telenovelas, <http://www.network54.com>, consulta: 19 de mayo de 2012

1.1.1 Cuando todo era color de rosa

El auge de las telenovelas llegó hasta otros rincones del mundo como Rusia. Cuando se emitió la telenovela *Los ricos también lloran* (1979), el 70% de la población veía el melodrama y era en las zonas rurales donde había más audiencia, tanto así que dejaban los tractores en el campo para ver el capítulo⁷.

La telenovela ejercía y ejerce gran influencia en la sociedad ya sea positiva o negativamente. Gracias a la emisión de *Simplemente María* (1969), en Perú se incrementó la matrícula de alfabetización y costura⁸.

¿Cuántas madres jóvenes no le han puesto el nombre a su hijo de su actor favorito? ¿Cuántas no quisieron llamar a sus hijas Mía (Rebelde) o *Esmeralda* (1997)? Porque los televidentes incorporan en su vida cotidiana las acciones de la telenovela favorita.

1.2 Características de las telenovelas

La telenovela es el único género que fragmenta las historias de manera tajante. Se distingue de la serie porque existe una unidad dramática, sin división de temporadas y porque al final hay una clausura de la diégesis.

Su característica es la estructura recurrente, las historias se entremezclan en un esquema basado en la segmentación y dilatación permanente⁹. Las escenas de

⁷ Nora Mazziotti, *La Industria de la telenovela*, Buenos Aires, Paidós, 1996, p. 10

⁸ *Ibíd.*, p. 13

una telenovela corresponden a una porción delimitada del conflicto de cada personaje que se desenvuelve en el espacio y en el tiempo de manera continua. El conjunto de escenas forman el bloque o secuencia, de consistencia narrativa y temporal propia, ajustada al formato de emisión publicitaria de la televisión. La suma de bloques conforma el capítulo y así sucesivamente. No obstante, la construcción de la tensión dramática y sus expectativas se hace tomando en cuenta la generación de un macro suspense sobre el final del quinto capítulo, haciéndolo coincidir expresamente con el último episodio de la semana¹⁰.

Pero hay algo aún más característico, la historia y los personajes se mueven dependiendo el público, si la gente no le gusta tal personaje muere en los siguientes capítulos, pero si es del agrado del espectador revive sin más, algo que los escritores no pueden hacer en sus libros y que el lector tiene que aguantar. Como lo decía Gabriel García Márquez en su libro *La bendita manía de contar*: “Hay telenoveleros que se avergüenza del oficio, lo que para mí es un gran error, porque se trata de un oficio sensacional, que da la posibilidad de ir contando historias, cocinando la realidad, poniendo a trabajar la imaginación bajo el dictado directo del público”.¹¹

Nora Mazziotti explica:

La telenovela cuenta una historia de amor. Pero no de un amor cualquiera. Tiene que ser un amor que cueste alcanzar, mantener, recuperar. Tiene que ser más fuerte que la pertenencia social y

⁹Luis Fernando Morales Morante, *Telenovela mexicana: Modelo de penetración del discurso emocional en la televisión generalista en España*, Revista Versión UAM, p.3, <http://goo.gl/QpiJ9M>, consulta: 9 de abril d 2012.

¹⁰Ídem

¹¹ Gabriel García Márquez, *La bendita manía de contar*, España, Olleros& Ramos, 2 ed., 2004, p. 63

los lazos de sangre; debe superar el tiempo, la distancia, las desgracias más terribles que puedan imaginarse [...] Allen señala que “la revelación de la paternidad oculta” constituye el rasgo que caracteriza a los seriales de todo el mundo (Allen, 1995:19). Las tramas desarrollan esa tensión, la búsqueda que va del des-conocimiento al re-conocimiento de la identidad.¹²

Con la telenovela se vuelve a la oralidad de la escasez. “El cuento mítico y la fábula de los arquetipos seculares de la humanidad. El espectador de la telenovela pone en duda la suficiencia de las imágenes y por ello gran parte de la historia sucede fuera de campo en una invisible región mítica; de allí que la expresión excesiva de las lágrimas se convierte en capacidad de mostrar lo invisible. Los espectadores lloran y escuchan como los actores. Las lágrimas es una forma de hablarse¹³.

Una historia sin fin, como niños pequeños que piden que les cuenten la misma historia así han sido las telenovelas, pero con algunos cambios. Lo que nos mantiene al borde de los nervios es el uso del “secreto”, algunos personajes no tienen conocimientos de algunos secretos, pero el público sí lo sabe por lo que espera la reacción del actor, es esa otra manera de interacción al generar incertidumbre.

Los personajes no suelen ser muy complejos porque son completamente morales o amorales. Los buenos y los malos, la fea y la bella. Pero a partir de los años

¹² Mazzioti, op., cit., p.14.

¹³ Antonio En Cornejo Polar, *Sobre Literatura y Crítica Latinoamericanas*. Caracas: Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, 1982. p. 27.

setentas inicio una liberación en los contenidos de las telenovelas que incitaban al voyerismo masculino, se podían ver más actos sexuales¹⁴.

En los melodramas ser rico o ser pobre no es causa de ser malo o bueno, sino en no tener sentimientos, esto crea un vínculo social en el cual cualquier clase social puede ver una telenovela, característico de la cultura de masas, que hace que sea más digerible si tener que ser un erudito lector.

Funcionan dos operaciones básicas que remiten a una matriz cultural: la esquematización y la polarización. La esquematización se comprende como ausencia de psicología, los personajes son vaciados de complejidad y se convierten en signos y o estereotipos. Polarización se comprende como una reducción valorativa de los personajes entre buenos y malos. El movimiento



<http://mx.fotolog.com/fototelenovelas/38326642/>

Catalina Creel, protagonista de Cuna de Lobos (1986).

de la historia se da por las acciones del traidor hacia la víctima y se resuelve mediante un justiciero que soluciona el enigma, supera las injusticias no por el hecho de tomar conciencia y luchar por el logro de sus anhelos, sino por la resolución maravillosa de sus conflictos. Lo que mueve la trama es el

¹⁴Sin autor, "Telenovela mexicana, ¿y eso qué es?", p.10, <http://www.tele-novela.de/desarrollo.pdf>, consulta: 20 de mayo de 2012.

desconocimiento de una identidad y la lucha contra los maleficios, las apariencias, contra todo lo que la oculta y disfraza: una lucha por hacerse reconocer.¹⁵

Los finales deben de ser felices, es la recompensa a todos los espectadores que siguieron la trama y a todos sus protagonistas, sin un final feliz se deja un mal sabor de boca. Como ocurrió con *Rubí* (2004) cuyo final causó controversia y disgusto a los televidentes, pues la sobrina de la protagonista decide vengarse por su tía años después.

1.3 Melodrama mexicano

¿Qué caracteriza el melodrama mexicano con el resto de las telenovelas de América Latina?

Eso, el melodrama.

“Representan el modelo esencialmente melodramático, con toda la carga sentimentalista, maniqueísta y moralista que ello implica (Castro,1994:48)”¹⁶. El llanto es esencial en la pantalla, el cantante del momento se vuelve actor para atraer más la atención y los elementos religiosos son esenciales.

En Brasil se cuenta con historias modernas basadas en la opinión del público. La compañía *O Globo* es la principal productora de telenovelas y su proceso de elaboración es más elaborado “contrata a los más renombrados autores a quienes

¹⁵Rebeca Padilla de La Torre, *Relatos de Telenovelas: Vida, Conflicto e Identidades*, UAA, 2004, p. 33-34.

¹⁶*Ídem*, 50

encomienda una historia para los distintos horarios. Éstos realizan una sinopsis que deberá ser aprobada o corregida por los directivos”¹⁷.

Con ello se dan una idea del gasto en escenografía, del vestuario que utilizarán y la banda sonora que tendrá que ser de muy buen nivel. “Un departamento de venta internacional se ocupa de compactar los capítulos, eliminar el *merchandising* y realizar el doblaje, en el caso del español. A veces también recurren a compañías dobladoras en Venezuela”¹⁸. Y el resultado es una producción de calidad con una Identidad cultural brasileña.

En contraste, las producciones Venezolanas si bien tenían la idea central de la mujer humilde que pasa peripecias y al final se queda con un chico adinerado, surgieron después las telenovelas culturales: “escapan a los estereotipos habituales y plantea temáticas como la independencia femenina, el divorcio, situaciones sociales contemporáneas o históricas donde no existen las polaridades tan marcadas del modelo tradicional (Mendoza 1996)”¹⁹.

La diferencia que hay entre la telenovela mexicana y la venezolana es que mientras en las telenovelas culturales de Venezuela tienen un tope de duración, las mexicanas no. El tope de duración hace que los escritores puedan tener un esquema planificado sin la presión de los altos directivos aunque estas historias tengan muy buen rating. Mientras que en México entre más rating tengan la historia se va alargando, desordenando la idea inicial de la telenovela, y veces se pierde el argumento central.

¹⁷ *Ídem*, 45

¹⁸ *Ídem* 46

¹⁹ *Ídem* 52

1.4 Tipos de telenovelas

Mucha gente no está consiente que existen varios tipos de telenovelas que se han transformado o se han estancado, es así que existe de millonarios, juveniles, de época y más. En una tesis de Llorente Torres sobre la evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas nos indica estas divisiones²⁰:

- Telenovelas millonario

Las tramas giran alrededor de los conflicto de las familias adineradas, pero sólo en conflictos superficiales o de la trama de *Romeo y Julieta* en la que no permiten que el hijo esté con otra persona de su nivel social, sin ahondar en otro tipo de conflictos.

- Telenovelas juveniles

De alguna forma u otra los productores de telenovelas se han aferrado en construir una telenovela para jóvenes en series, o en una comedia de situación, cuando el género no es así. Ya en *Clase 406* (2002) se intentaba dividir en temporadas cuando el formato no lo permite, los personajes protagonistas se pierden en varias parejas, la trama inicial cambia hasta convertirse en algo completamente diferente, confundiendo al espectador o hasta jugando con él.

²⁰Llorente Torres, “Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas (Análisis descriptivo de los contenidos de las telenovelas de Televisa)”. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Septiembre. Derechos Reservados 2003, p. 21-24
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/llorente_t_p/capitulo_1.html#, consulta: 29 de mayo de 2012.

En *Rebelde* (2004) ocurrió algo similar avisando a la audiencia que era el fin de temporada cuando sólo era el final de un capítulo, el lunes siguiente no había cambiado en nada la trama, sólo era una continuación. La telenovela creó personajes y eliminó a otros, todo esto para mantener el rating, al final parece no quedó nada de lo que se había iniciado con la historia.



www.esmas
.com/clase4
06

Clase 406

Sin embargo las historias juveniles cuentan en su mayoría con gran éxito por toda la mercadotecnia que llevan, el anhelo de los sueños y paradigmas que tiene los adolescentes y utilizan jóvenes muy atractivos para atraer más la atención.

- Telenovelas Campiranas

Exalta la belleza del campo, los ranchos y la vida al aire libre. Las locaciones son fundamentales en la historia. Encontramos telenovelas como *Abrázame muy fuerte* (2000), *Cañaveral de pasiones* (1997).

- De gemelas

Dos personas físicamente que por lo general son polos opuestos, una es buena y otra es mala donde la envidia y el secreto son tramas principales. Así vemos *Lazos de amor* (1996), *La otra* (2002), *Lo blanco y lo negro* (1989).

- Didácticas

Miguel Sabido hizo una gran aportación a los melodramas mexicanos donde los conflictos tenían alta trascendencia social como *Ven Conmigo* (1975), *Caminemos* (1980), *Los hijos de nadie* (1997).

- Infantiles

Con gran fuerza en la década de los noventa y a principios del dos mil, aunque últimamente se ha dejado a un lado este público por falta de rating , sin embargo podemos destacar: *Alejandros y rebujos* (2003), *¡Amigos x siempre!* (2000), *Amy, la niña de la mochila azul* (2004), *Carrusel* (1989), *Luz Clarita* (1996), entre otras.

- Telenovelas Rosa y tradicional

Este tipo de historias han evolucionado a pesar de que es casi el mismo conflicto de cenicienta. Los ejemplos son *Cadenas de Amargura* (1991), *Los ricos también lloran* (1979), *Alguna vez tendremos alas* (1997), entre otras. Los escenarios son más atractivos, los personajes empiezan a ser más humanos pero sigue siendo la idea moral del bueno y el malo, sin embargo ha habido desenlaces donde la mala recapacita y ayuda y su final no es tan trágico como *Esmeralda*.

- Telenovela de época

Referidas a situaciones históricas de la vida de México, con locaciones que hacen referencias de hace un siglo, lo mismo que el vestuario. Su punto a favor es la gran producción que existe. La trama es casi la misma de una pareja que lucha por estar juntos, con batallas que suelen ser muy característicos.

Tenemos ejemplos como *El vuelo del águila* (1994), *La antorcha encendida* (1996) y actuales como *Amor real* (2003) y *Alborada* (2005). Existieron telenovelas como *Ramona* (2000) y *Amor gitano* (2007) que no tuvieron tanto éxito pensando que era por el horario vespertino y no el nocturno que tuvo *Amor Real* que tuvo gran aceptación, se puede pensar que en ese horario el público no está acostumbrado a ese tipo de tramas.

- Narconovelas

Es un género que ha estado en auge por la situación política y social tanto de México, pero especialmente Colombia. Éste último ha creado una serie de *biopics* donde retrata la vida de narcotraficantes en lo que ahora se llaman *teleseries*, ejemplos tenemos como *Sin tetas no hay paraíso*, *Pablo Escobar*, *Alías el Mexicano*, *El cártel de los Sapos*, entre otras.

Pero últimamente las telenovelas que ha tenido más éxito son las llamadas populacheras, que hablan de entornos de clase media y baja y que de pura casualidad llegan a ser ricos. Ejemplos como *Los Sánchez* (2004), *Hasta que el dinero nos separe* (2009) y *Una familia con suerte* (2011) ilustran el tema. Son el sueño hecho realidad de familias trabajadores y estas historias suelen llevar mucho humor y actores de cualquier medio que atraigan a ese público como cantantes o deportistas

La telenovela es un constante trabajo con el público, pero en los últimos años lo es con la mercadotecnia, incluso más que con el espectador.

1.5 La entrada de TV Azteca

Cuando empezó la nueva televisora a entrar al mundo de los melodramas inició con historias extranjeras, aunque le costó trabajo tener un lugar en el gusto del público. Fue junto con Argos cuando se inició el éxito de esta televisora con *Nada Personal* (1996) continuando con *Mirada de Mujer* (1997).

Estas telenovelas trataban de llevar la realidad a la televisión, encontraban las necesidades de la gente y las ponían en pantalla provocando gran aceptación. El lenguaje era más real presentando escenas sexuales.

Después las temáticas que se empezaron a elegir fueron de problemáticas sociales como la corrupción en el gobierno (*Nada Personal*), la homosexualidad (*Mirada de mujer*) y el medio ambiente (*Huracán*).

Televisa tiene una forma de hacer las telenovelas y no ha cambiado mucho desde hace más de cincuenta años. TV Azteca cambió la idea de las telenovelas e hizo temblar a la competencia con *Mirada de Mujer* (una mujer en la etapa de la adultez que se enamora de un hombre más joven que ella), le siguieron otros títulos de igual éxito, acompañado de ARGOS, casa productora de Epigmeo Ibarra. Después sus telenovelas quisieron seguir la línea de Televisa y desde entonces no se ha encontrado. TV Azteca debe de definir la manera en que hará sus telenovelas, si serán realistas o serán melodramáticas, de lo contrario los televidentes no se identificarán con la televisora.

1.6 Cambio de paradigmas

Las telenovelas rosas se hicieron a un lado, las de época dejaron de tener éxito. Los protagonistas maduros empezaron a tener papeles en segundo plano porque requerían de actores jóvenes puesto que era esa generación la que empezaba a seguir más los melodramas.

Según este estudio las telenovelas más exitosas a nivel nacional basándose en la una edición especial de la revista Somos en el año 1996 han sido:

1.- Gutierritos
2.- Cuna de Lobos
3.- Los ricos también lloran
4.- Rina
5.- Teresa (1959)
6.- Corazón Salvaje (1994)
7.- La tormenta
8. Senda de Gloria
9.- Colorina y Quinceañera
10.- Recogida y Rubí

Fuente: Llorente Torres, [Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas](#), acceso 23 de mayo de 2012

Por su parte, Álvaro Cueva en su artículo “40 años que cambiaron el rumbo de las telenovelas” de la revista TV y Novelas en 1990 afirma que las diez mejores telenovelas de los años noventa son:

1. **Alcanzar una estrella** (1990): porque marcó un estilo al combinar los musicales con el tipo de telenovela juvenil.

2. **Cadenas de amargura** (1991): porque, dentro de las novedades, logró rescatar al melodrama tradicional con una historia provinciana atrayente.
3. **María Mercedes** (1992): porque fue el despunte para abrir nuevos mercados.
4. **Corazón Salvaje** (1993): porque fue la telenovela del cambio, donde el protagonista o la estrella central era masculino. Y reunió los elementos de romanticismo, formalidad, erotismo y técnica cinematográfica.
5. **Café con aroma de mujer** (1994): porque una telenovela extranjera logró adueñarse del público nacional.
6. **La dueña** (1995): porque logró atrapar la atención del público cansado de las mismas telenovelas y logró darle competencia al mundial de fútbol.
7. **El premio mayor** (1996): porque llevó el sueño mexicano “en un perfecto equilibrio de melodrama, humor y recursos populacheros”.
8. **Mirada de mujer** (1997): porque fue el primer triunfo de TV Azteca y logró darle al espectador de la televisión mexicana un respeto por los dramas adultos y los temas reales.
9. **La usurpadora** (1998): porque tuvo altos niveles de audiencia y se prolongó por más de un año.²¹

²¹Álvaro Cueva, “40 años que cambiaron el rumbo de las telenovelas, Tv y Novelas”, 2000, <http://www.alvarocueva.com/alvaro2/historico.asp?idseccion=1>, consulta: 23 de mayo de 2012.

1.7 La telenovela hoy en día

En las tiendas se pueden ver mochilas, perfumes, joyería, juguetes y hasta pan de



<http://music-strike.net/music-pop-rock/rebelde/>

la telenovela actual, de la más popular, un ejemplo fue *Rebelde*, que salió prácticamente de las pantallas, sacando discos, haciendo giras, uniformando a niñas con su ropa y creando un estilo para ellas, todo un mercado de rebelde se podía ver , sentir, escuchar y hasta

comer.

Ahora la televisión se ha olvidado del espectador, no busca una identidad sino seguir con las estrategias de mercado y vender, tal como lo ha estudiado Guillermo Orozco: “La exacerbación de lo mercantil, en los últimos años, como motor de la producción de telenovelas, y en general de toda la producción mediática, hace que la telenovela empiece a ‘no ser vista’, sino simplemente consumida”²².



<http://www.zurloan.com/2009/01/19/william-levy-el-hotie-of-the-week/>

William Levy

²²Guillermo Orozco Gómez, “La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?”, Universidad de Guadalajara, p.17, http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/2006_6/11-35.pdf, acceso 2 de abril del 2012.

Otro punto importante a tratar es el respeto que se le tiene al espectador, los programas empiezan quince minutos después de lo planeado, a veces los comerciales duran más del tiempo estimado y como espectador tiene la oportunidad de cambiar de canal o de esperar a que vuelva a iniciar el programa si lo amerita.

Todo esto para vender y aun utilizando personajes acartonados, actores semidesnudos masculinos y femeninos, que muestran rasgos de moda, tanto en el vestido como en el lenguaje y los gestos, que al presentarse con caras y cuerpos atractivos se hacen apetecibles a los ojos de los televidentes, y por tanto consumibles²³.

Las redes sociales también cumplen un papel fundamental. Telemundo le paga más a los actores que consiguen más seguidores en twitter. Sin embargo, Anahí es quien tiene más seguidores del medio artístico latinoamericano (más de 6 millones de seguidores) no logró levantar su más reciente telenovela *Dos hogares* (2011).

1.7.1 Falta de creatividad

Antes se había mencionado que María Isabel ha sido la telenovela que más se ha reciclado. Actualmente, los productores no quieren arriesgarse y utilizan producciones antiguas que fueron un éxito para asegurarlo. Las novedades suelen ser refritos de otros países como Brasil, Colombia y Argentina.

²³Ídem

Ejemplos sobran, *Rebelde* (2004) con *Rebelde Way* (2004) de Argentina, *La Fea más bella* (2006) con *Betty la Fea* (1999) de Colombia, *Atrévete a soñar* (2009) con *Patito feo* (2007) de Argentina, y una enorme lista que se puede ver actualmente.

Las últimas tres historias que han roto récord de teleaudiencia son:

Destilando amor (2007), *La fea más bella* (2006) y *Fuego en la sangre* (2008), transmitidas en horarios estelares, con finales



http://mx.fotolog.com/remakes_famosos/29028866/

Yo soy Betty la fea vs La fea más bella

dominicales, y las tres basadas en historias colombianas de éxito internacional: *Café con aroma de mujer* (1994), *Betty la fea* (1999) y *Pasión de gavilanes* (2003).

Unos argumentan que es la globalización, otros que hay crisis de creatividad en los escritores y otros más que no se les apoya a los escritores para que puedan difundir su material, el hecho es que México ha dejado de ser la principal exportadora de telenovelas para importarlas, los ratings de las telenovelas ya no llegan ni a los 30 puntos.

María Zarattini, de cuya pluma surgió *Pasión*, afirma: “No tenemos muchos escritores. Nunca ha habido muchos en realidad. Considero que debería haber

escuelas para formarlos... hay una falta de confianza de las empresas en los escritores. Como quieren irse a lo seguro, buscan éxitos en el extranjero”²⁴.

La Sociedad de Escritores de México (SOGEM) cuenta con un departamento en el cual se crean libretos para televisa o tv azteca, sin embargo, las televisoras parece ser que utilizan a sus escritores como adaptadores sin arriesgarse a crear una historia propia.

1.7.2 Telenovelas políticas

Si antes la audiencia acudía a las telenovelas para aprender de la vida afectiva, ahora quizá sea posible que las vea para saber cuáles son sus derechos y obligaciones ciudadanos, por quién debe votar en la contienda política y cómo entender acontecimientos públicos²⁵.

Ya se había visto la mediación que tenían las telenovelas, el impacto en todo el núcleo social y sobre todo que muchos niños aprenden en



Enrique Peña Nieto y Angélica Rivera.

las telenovelas. Pues bien, en marzo del 2012 el candidato a la presidencia del Partido Revolucionario Institucional hizo como promesa de campaña hacer historias de telenovelas con mejor contenido y modelos de convivencia.

²⁴Gustavo Silva, “Siempre el mismo drama”, El Universal, marzo del 2009, [www.](http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/88759_old.html)

http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/88759_old.html, consulta: 19 de mayo de 2012.

²⁵Franco Miguez Durazo, Orozco Gómez Guillermo, *Cumbre Mundial de comunicación Política*, México, Zorzal, 2006, p. 395

Por una parte la propuesta es buena ya que la gente aprende de las telenovelas, aprende modos, frases, formas de ver la vida. Adquieren formas de vestir y de hablar porque son un modelo para niños y niñas.

En un documento llamado *El candidato de las mujeres* expresa su plan en los melodramas:

“Promover el desarrollo de un nuevo modelo de convivencia familiar y social más igualitario. Promover un nuevo modelo de relaciones laborales y empleo de calidad que facilite la corresponsabilidad social y la conciliación de la vida, personal, familiar y laboral. Impulsar telenovelas en horarios estelares con nuevos modelos de convivencia”, detalla el texto²⁶.

Carlos Monsiváis dice que el melodrama es el molde sobre el que se imprime la conciencia de América latina. La aceptación de la pobreza "estructural", una singular visión de la democracia, la ingesta cotidiana de violencia y hasta las ideas de lo nacional²⁷.

El candidato a la presidencia tiene como esposa una actriz de telenovela, Angélica Rivera, desde hace algunos años algunos melodramas se han hecho haciendo cierta propaganda a su gobierno, el caso de *Una familia con suerte* (2001) que se hizo en Toluca siendo gobernador del Estado de México. Lucero, estrella de melodramas, fue la imagen de los compromisos que había cumplido.

²⁶Redacción, “Promete Peña Nieto mejores telenovelas al electorado femenino”, Proceso, marzo de 2012, <http://www.proceso.com.mx/?p=299806>, acceso 20 de mayo de 2012.

²⁷ Carlos Monsiváis, “La política del melodrama”, Revista Ñ, <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/25/u-1001425.htm>, acceso 23 de mayo de 2006.

La estrategia mediática ha logrado presentar a Peña Nieto y su esposa como triunfadores que hacen una vida de novela, y esa imagen desvía la atención y alivia en cierto sentido la ansiedad de la gente derivada de la violencia del narcotráfico y de los problemas económicos.

Álvaro Cueva Señala que Angélica Rivera es un cuento de hadas hecho realidad. La historia de una chica que a base de trabajo se convirtió en actriz protagonista de telenovelas populares y que en algún momento de su vida encuentra el amor y encuentra una proyección muy, muy alta en las esferas políticas de México.

Se hace proselitismo en telenovelas, el Partido Verde Ecologista de México utilizó a actores de telenovelas para hacer propaganda, Maite Perroni y Raul Araiza quienes estaban en una telenovela llamada *Un gancho al corazón* (2008) y en una escena se pudo ver al actor llevando una playera del partido verde que decía “Yo soy Verde”.



Raúl Araiza y Maite Perroni en propaganda para el Partido Verde Ecologista

Guillermo Orozco comenta: “Se viola el respeto a las audiencias tanto con la agenda política diluida en las narrativas como con la publicidad comercial integrada en los melodramas... Más que nunca es urgente una legislación de los

<http://www.24-horas.mx/sancionara-ife-a-pven-con-280-ndp/>

derechos de las audiencias, frente al creciente abuso de poder de las televisoras y todos aquellos que están detrás de ellas, ya sean mercaderes o políticos”²⁸.

1.8 ¿Quiénes ven telenovelas?

Jesús Galindo en *Vivir y sentir la telenovela* explica que la telenovela es importante para reforzar a la familia o al Estado como instituciones, al tiempo que promueve ciertas formas de relación amorosa y puede proponer solidaridad y confianza con ciertos sectores o desempeños. La telenovela es parte de la formación ideológica y entra en juego en la confrontación de ciertas utopías, a la vez que diluye otras²⁹.

Según un estudio de la UAM Xochimilco las madres constituyen el grupo más vinculado a la televisión, en cuantas horas de exposición diaria y su relevancia en la cotidianidad, son ellas las que contagian a los otros miembros de la familia para que vean los melodramas. Los hombres aunque niegan no verlo lo hacen en su mayoría por acompañar a la familia y son televidentes nocturnos. Los jóvenes son los que ven menos televisión y si lo hacen es en horario vespertino esperando una serie norteamericana, los niños son fundamentalmente vespertinos de una manera intensa. Las niñas se inclinan más por las telenovelas, de ahí que utilicen ciertos modos de sus actores favoritos³⁰.

²⁸ Guillermo Orozco, “Se viola el respeto a las audiencias”, Zócalo, miércoles 31 de octubre de 2012, http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3073, consulta: 20 de noviembre de 2013.

²⁹ Galindo, Jesús, *Vivir y sentir la telenovela*, Quipus, Ecuador, 1995, p. 121.

³⁰ Miguel Ángel Aguilar Díaz, Ana Rosas Mantecón y Verónica Vásquez Mantecón, “Telenovelas: la ficción que se llama realidad”, <http://www.redalyc.org/pdf/267/26700412.pdf>, p. 171, consulta: 30 de marzo de 2014.

Todo por una razón, de una forma u otra la televisión da de qué hablar, es tema de conversación en amas de casas en incluso niños, son jueces y testigos de todo el acontecer que se trasmite en el medio, quizás los adolescentes se van alejando cada vez más de la televisión por un medio que cada día va más en auge: el internet.

A través de la televisión, la institución social llamada familia inculca una visión de la realidad, así como estilos de vida y de ellos se derivan los gustos por diversos elementos de la vida cotidiana como el mobiliario, los adornos caseros, el uso del tiempo libre, los pasatiempos, las lecturas, las preferencias musicales, o la selección de determinados programas televisivos.

Este medio combina la radio, la televisión, la prensa para crear miles de opciones interactivas que lo jóvenes aceptan, que ellos mismos crean y desaparecen. De ahí que las telenovelas se puedan ver por internet las veces que uno quiera sin un horario establecido, *tvevolución* es una plataforma de Televisa para poder observar sus telenovelas.

1.9 La educación en las telenovelas

Las telenovelas recrean las situaciones cotidianas de los individuos. El medio más visto para verlas es la televisión y ésta ha sido señalada como educadora ¿Qué tan cierto es que la televisión educa?

Rafael Ahumada Barajas, comenta en su libro *T.V. Su influencia en la percepción de la realidad social* que la televisión ofrece un espectro cultural más amplio que la propia escuela, que continúa en alto grado con la verbalización en la transmisión

de conceptos, por lo que se dificulta que la escuela institucionalice ciertas conductas sociales pretendidas.

Antes se mencionaba que una de las particularidades de las historias de las telenovelas era que el protagonista o alguno de los protagonistas era huérfano de ambos padres o de un padre o madre. Esto crea algún tipo de identificación con los espectadores ya que existen familias disfuncionales y actualmente ambos padres trabajan dejando al niño al cuidado de alguien y éste a su vez lo deja con la televisión encendida.

La televisión lo acoge como si dijera “sé exactamente cómo te sientes” y de ahí estas historias. “La televisión muestra a través de acciones, hechos, situaciones y acontecimientos las relaciones interpersonales de la acción social en un ámbito cotidiano...ofrece un espectro cultural que asemeja, por los elementos recurrentes entre lo vivido por los sujetos y lo representado por la televisión, al mundo del sentido común. De este modo la televisión forma parte en la vida cotidiana del sujeto y la conformación de su visión del mundo”³¹.

Es un medio ya de socialización, las familias se unen para hablar de las telenovelas, de la nota cruda del día, del chisme del actor del momento. Pero también es un medio que está perdiendo adeptos entre los jóvenes.

³¹Rafael Ahumada Barajas, *T.V. Su influencia en la percepción de la realidad social*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2007, p. 48.

1.10 ¿Existe una crisis en la televisión?

Viendo todos los puntos anteriores encontramos que las actuales producciones no buscan nuevas historias y que son importadas de lo que se llama las nuevas exportadoras de telenovelas que son Argentina y Colombia.

Que viendo el alcance que tienen estas producciones los políticos han visto un medio para llegar más a la gente, sin embargo, últimamente ya no se ha tenido el éxito que antes hubo.

Denisse Pfeiffer, escritora de telenovelas como *Amor Bravío* (2012) comenta que todos los escritores se preguntan por qué ya no se hacen historias originales, ya que las empresas como Televisa deciden hacer *remakes* de telenovelas exitosas de otros países³².

¿Cuál es el futuro? Aun no se sabe, por una parte se ha visto que ningún medio desaparece sólo se va transformando adaptándose de una forma u otra. Por otra parte 34 millones de mexicanos usan el internet de los más de 100 millones de habitantes en México en los cuales no entran necesariamente a ver telenovelas sino el correo electrónico o redes sociales. Sin embargo las telenovelas son el cuento que todos quieren escuchar, no se puede desaparecer y a veces se adaptan al momento como las narco novelas, la primera *La Reina del Sur* (2011) adaptación del libro de Arturo Pérez Reverte interpretado por Kate del Castillo que muestra el mundo de la violencia del narcotráfico y que no fue del desagrado del público. Aun así los jóvenes empiezan a buscar otro tipo de cuentos que no son

³² Denisse Pfeiffer, entrevistado por el autor de la investigación el 14 de enero de 2014, vía correo electrónico.

necesariamente occidentales y encuentran en los dramas coreanos otra forma de entretenimiento.

Capítulo 2

Introducción a los K- dramas

Los K- dramas son conocidos como doramas (término que viene de *dorama* que significa telenovela en japonés), series o telenovelas coreanas. Son historias cortas de 16 a 30 capítulos que se transmiten una o dos veces por semana.

Mundialmente el fenómeno coreano se le denomina *Hallyu* u Ola Coreana, este término fue creado por los periodistas en China que se asombraron por el rápido interés que se tenía por las series y la música coreana.

2.1 Breve historia de los K- dramas y su impacto

La Ola Coreana inició a finales de los 90`s. Fue en 1997 cuando salió la serie *What is love?* (¿Qué es el amor?), una historia a cerca de dos familias y los conflictos existentes entre ellas. El drama fue el segundo más popular de China, después siguió el drama coreano *Star in My Heart* (Una deseo en las estrellas)³³.



Protagonistas de un deseo en las estrellas:
Ahn Jae Wook (izquierda) y Choi Jin Shil

http://es.drama.wikia.com/wiki/Star_in_my_heart

Un deseo en las estrellas también se transmitió en México y cuenta la historia de *Yun Hee*, una chica huérfana que cuenta con el apoyo de su padrastro, pero no de

³³ Korea Culture and Information Service, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea, 2011, p. 15.

su madrastra y sus hermanas. Ella tendrá que recorrer un camino de éxitos y fracasos en el mundo de la música junto con sus amigos quienes se enamoran de ella.

La fiebre de K- dramas también contagió otros países cercanos como Tailandia, Vietnam, Mongolia y Japón, éste último quedó atrapado con la historia *Winter Sonata*



Sonata de Invierno

Sonata (Sonata de Invierno) la cual obtuvo 20 puntos de rating y el 70 por ciento de la población japonesa había visto el último capítulo³⁴.

Sonata de Invierno se estrenó en el 2002 y cuenta la historia del primer amor entre Jun-sang y Yu-jin, pero su historia no pudo continuar, años después se reencuentran por asuntos de trabajo, sin embargo, Yu-Jin se encuentra confundida entre su actual pareja y su antiguo amor, Jun-sang.

La fórmula de su éxito: personajes atractivos (Bae Yong-joon y la protagonista femenina Choi Ji-woo), hermosos escenarios (la nieve de la Isla Nami) y una trama empalagosa construida con el desamparo y el anhelo de amor junto con una melancólica banda sonora.

Lo mismo ocurrió con una *Joya en el Palacio* (*Daejanggeum*, 2003) una serie histórica basada en el



Una Joya en el Palacio

³⁴ Íbid, p. 17.

reinado de King Jungjong (1506-1544) de la dinastía Joseon (1392-1910). Cuenta la historia de una huérfana cocinera quien se convierte en la primera mujer médico del rey. Los creadores habían imaginado una audiencia mucho más amplia que las amas de casa, por lo que interesó a todo tipo de público. *Sonata de Invierno* se vendió a 20 países, sin embargo, *Una Joya en el Palacio* se vendió en 87 lugares del mundo como México³⁵.

2.2 Características de los K- dramas

Los K- dramas pueden ser vistos en cualquier rincón del mundo, ya sea un país liberal o conservador. La ropa que utilizan suele ser “decente” para algunas sociedades, el uso de la religión es neutral pues casi no se menciona. Las escenas de sexo son escasas y se basan en historias de amor puro.

Woongjae Ryoo menciona que sus historias representan el intercambio de las culturas asiáticas, de ahí el éxito en los países vecinos como Japón, China y Taiwan. “Los dramas surcoreanos suelen tratar con temas de familia, el amor y la piedad filial en una época de cambios tecnológicos, y con frecuencia refuerzan los valores tradicionales del confucianismo”³⁶.

Los personajes son más complejos, eliminan el maniqueo haciéndolos más humanos. Los escritores crean historias más interesantes, olvidándose de lo banal y generando giros para mantener a los espectadores intrigados.

³⁵ *Ibid*, pp. 19

³⁶ Sue Jin Lee, *The Korean Wave: The Seoul of Asia*, p.2, <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol2no1/09suejin.pdf>, acceso: 9 de septiembre del 2013.

De cierta manera eso explica porque los K- dramas tienen más carga emocional: “basándose más en la dramatización que envuelven las relaciones o conflictos en la sensibilidad del individuo que en la simple creación y conexión de incidentes”³⁷.

No existen temporadas como en las series de Estados Unidos. Los K- dramas suelen tener entre 15 y 30 capítulos, así que los escritores sólo se enfocan en la trama central de la historia para transmitirse una o dos veces a la semana.

Mi adorable Sam Soon (2005), que se emitió en México, tuvo más de 30 puntos de audiencia en Seúl y cuenta la historia de Kim Sam Soon, una repostera gordita de 30 años que le acaban de romper el corazón y encuentra a un chico tres años menor que ella, Hyun Jin Hun, una persona frívola que es dueño de un restaurante y quien la contrata. Jin Hun y Sam Soon se enamorarán tiempo después mientras que ella pasará por varios imprevistos.

Las dificultades que encuentra Kim Sam Soon son quizá el sobrepeso ya que Corea del Sur tiene fuertes exigencias en el aspecto físico de las mujeres. Sofia Seulgi, estudiante de la Universidad de Hankuk de Estudios Extranjeros, comenta que al final de la carrera piensa operarse la cara y bajar de peso “casi todas las chicas coreanas cuando salen de la universidad se operan”.

El nombre Sam Soon significa tonta en el coreano antiguo y por ello sufre a veces burlas. También la edad, no es común que las mujeres mayores anden con chicos menores. Así que Kim Sam Soon tiene que olvidarse de los prejuicios y seguir adelante hasta abrir su propia pastelería. Al final la madre de Ji Hun no acepta a

³⁷ Íd, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, p. 44.

Sam Soon por la edad y su peso, pero ellos deciden estar juntos aún sin la aceptación de la familia de él.

Ji Hun, al principio frío, se vuelve una persona cálida con Sam Soon. Así muchas características del hombre en los K- dramas es la calidez, que es casi nula en las sociedades asiáticas. Un artículo de Asahi Shimbun en el 2011 habla sobre los efectos de *Sonata de Invierno* (2002): “las mujeres japonesas ahora adoran a los hombres que son delicados y muestran una menor agresividad en las relaciones, una especie descrita como "herbívoros", en contraposición a los hombres 'carnívoros'³⁸.

Al final, en la mayoría de estas historias, no existe una boda, porque otra característica de muchos K- dramas son **los finales abiertos**. Una frase del k-drama *Oh Dal Ja's Spring*, podría resumirlo: “Mientras uno esté vivo nada ha terminado. No hay conclusión, así que tampoco hay un *vivieron felices para siempre*. Sólo hay un *cada día empezamos de nuevo, juntos*”.

2.2.1 Personajes y clichés

Muchas historias hacen alusión a los cuentos clásicos como por ejemplo, *My girl* (2005) es una Anastasia moderna. Cuenta la historia de una joven estafadora, Joo Yo Mi, que es contratada por un joven heredero de una compañía hotelera, Seol Gong Chan, para hacerse pasar como su prima y así su abuelo que está a punto de morir pueda conocerla. Pero el abuelo sobrevive y ellos no sólo tienen que vivir con la mentira sino con los sentimientos que van generando el uno por el otro.

³⁸ *Id*, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, p. 46.

Boys Flowers Next Door (2012), hace alusión al cuento de Rapunzel ya que la protagonista, Go Dok Mi, vive enclaustrada en su piso pues cuando iba en la secundaria sufrió de burlas y ataques lo que la hace insegura con la gente. Gracias a un chico que viene de España, Enrique, trata de salir al mundo real y así enfrentar sus miedos.

Los K- dramas y las telenovelas mexicanas, al igual que los cuentos y como lo explica Vladimir Propp “atribuyen a menudo las mismas acciones a personajes diferentes”³⁹.

Siguiendo su estructura y comparándolo con los K- dramas tenemos:

Uno de los miembros de la familia se aleja de la casa, es usual ver que uno de los padres se muere, como en el primer capítulo se mencionó, uno de los protagonistas es huérfano y se va de su ciudad natal a la capital, en este caso Seúl.

Un ejemplo es *Good Doctor* (2013), la historia de un joven autista con Síndrome de Asperger, que para conseguir su sueño de ser pediatra se va de su pueblo a la capital. Por su condición, fue menospreciado por lo que lo abandonaron sus padres y como forma reforzada de alejamiento su hermano murió en un accidente minero.

Cuando **recae sobre el protagonista una prohibición** tenemos que las madres de los hombres protagonistas advierten a la joven enamorada, por lo general

³⁹ Vladimir Propp, *Morfología del cuento*, 10ª ed., Madrid, Fundamentos, 2000 p.33

pobre y que no cubre los requisitos de clase de la madre, que no se acerque más a su hijo. Esto siempre es transgredido por ella.

Como forma inversa tenemos el *orden*, que es llevar algún pedido a algún lugar y es ahí donde se conocen los protagonistas. Un ejemplo es *Boys Over Flowers* (2010) donde la chica pobre, Jan Di, lleva un pedido de tintorería a una de las escuelas más adineradas de Corea del Sur y es ahí donde conoce a su coprotagonista.

Por lo que **al transgredirse la prohibición** las protagonistas de estas historias, que deciden quedarse con su amado, encuentran que lo que podría ser su suegra (el agresor del protagonista) creará diversos obstáculos para ella y para su amor.

Cuando **el agresor intenta obtener noticias**, la madre del coprotagonista encuentra amigos cercanos de la joven. También un agresor puede ser un antiguo amigo quien le quitó algo cuando eran más jóvenes y busca venganza, para ello se ayuda de chivos expiatorios.

Las preguntas que suelen ser son acerca de su vida laboral y las personas que son más importantes para ella, de esa forma encuentra sus puntos débiles y así **intenta engañar a su víctima para apoderarse de ella o de sus bienes**. En *Boys Over Flowers*, la madre de Jun Pyo, el coprotagonista, sabe que la familia de Jan Di tiene una tintorería por lo que de forma agresiva y valiéndose de sus relaciones le quita ese negocio e incluso el departamento donde ellos viven para que se aleje de su hijo, por lo que siguiendo otro punto de Propp: **el agresor daña a uno de los miembros de la familia o le causa perjuicios**.

Por resignación o engaño, **la víctima se deja engañar y ayuda así a su enemigo a su pesar**, así es como la protagonista deja a su amado y huye, también le miente diciéndole que no le ama para decepcionarlo y alejarlo.

En el punto, **algo le falta a uno de los miembros de la familia; uno de los miembros de la familia tiene ganas de poseer algo**. En *You are beautiful* (2009), la protagonista es una monja huérfana y su hermano gemelo desea ser cantante para que así encuentren a su madre, pero él se enferma y su hermana se tiene que hacer pasar por él y para ello se va del convento a una casa productora, justo ahí tenemos el punto de que **el héroe se le llama o se le hace partir**.

Ocurre también que muchos protagonistas son expulsados de sus casas. En *Barker King* (2010), la historia de un joven panadero llamado Kim Tak Gu, tenemos que cuando es niño su madre lo lleva a la casa de su verdadero padre y lo deja ahí pese a las súplicas de su hijo, después, la señora de la casa junto con su amante y trabajador cercano de su esposo, lo expulsan de la casa.

Su desarrollado olfato es el *elemento mágico*, lo que le hace tener la envidia de su medio hermano y la preferencia de su padre pues podría ser un buen panadero como él y heredar su consorcio. Cuando es engañado y expulsado de su casa, el *proveedor* o *donante* es un anciano que lo ayuda a escapar de unos maleantes (**el héroe sufre un ataque**) que se lo quieren llevar lejos, y le regala un pan, no sin antes preguntarle a dónde va y él responde que a buscar a su madre (**el donante saluda y pregunta al héroe**), el anciano sabe que lo volverá a ver y ayudar.

El objeto de la búsqueda del héroe, tanto en el caso de *You Are Beautiful* y *Barker King*, es encontrar a un miembro importante de su familia. Pero también existen casos como lograr un objetivo profesional (*Good Doctor*).

Por lo general, son los mismos antagonistas quienes **dirigen al héroe al lugar donde se halla el objeto de su búsqueda**, puesto que es su punto débil. En *Barker King*, Kim Tak Gu descubre que su madre es nuevamente secuestrada pero ya con más edad es capaz de seguirla y recuperarla.

Los ancianos suelen ser los *donantes* ya que en su cultura se les tiene un enorme respeto por su experiencia y conocimiento.

Cuando **el héroe y su agresor se enfrentan en un combate**, no suele ser una batalla violenta, a veces es un enfrentamiento de palabras y el agresor suele reflexionar sobre lo que ha hecho. También puede ser en una junta directiva para tener el puesto más alto de la empresa y es ahí cuando el agresor es vencido. En *Barker King* podemos resumir los puntos restantes de las funciones de Propp ya que Kim Tak Gu cuando es exiliado con engaños de la casa de su padre, gracias al guardaespaldas, regresa tiempo después pero a la panadería donde su padre aprendió a ser panadero y él lo frecuenta mucho. Es ahí donde nuestro **héroe es perseguido de nuevo** por el guardaespaldas **y auxiliado** por sus compañeros. También está **cerca del lugar donde se halla el objeto de su búsqueda**, que es su madre, quien lo ayuda desde lejos.

Se propone la tarea difícil de ser reconocido por el maestro panadero, pero para ello necesita pasar tres pruebas, en las cuales, su hermanastro también participará, pero como incógnito.

Cabe destacar que los antagonistas son el hermanastro y el guardaespaldas de su padre. Sin embargo, el hermanastro recapacita y ayuda al protagonista. El guardaespaldas al final es desenmascarado y castigado por ello.

Kim Tak Gu es reconocido por su padre y se reencuentra con su madre, el final se queda abierto cuando se propone pasar la tercera prueba que es hacer el pan más feliz del mundo.

Otra característica es que los personajes hacen reflexiones introspectivas sobre lo que sienten por la vida o por una persona, a veces usan metáforas para expresarlo, eso crea una fuerte empatía con el público que siente también lo que vive el personaje.

Como se mencionó antes en el K- drama *Flower Boy Nex Door*, la protagonista Go Dok Mi vive atemorizada por la sociedad que anteriormente la trató mal, entonces al salir al mundo real reflexiona sobre sí misma.

“La gente que piensa que la felicidad es algo que siempre está a su alcance, me pregunto lo felices que realmente deben ser. Esa mujer siempre se pone nerviosa cuando ella se encuentra para ser muy feliz.

Para esa mujer la felicidad es como soplar burbujas con las que jugábamos cuando éramos pequeños. El momento en que toca las burbujas que transportan

las luces del arcoiris alrededor de él, frente a la felicidad, esa mujer se da por vencida antes de tocarla.”

A veces esas reflexiones se hacen mientras van caminando en un bosque o en la calle, en el transporte público, cuando van a dormir o mientras están viendo directamente a la persona amada y se quedan callados.

2.2.2 Los clichés más usados en los K- dramas

El diario Chosun, periódico local de Seúl, en su versión en inglés publicó una lista sobre los clichés más usados en los K- dramas, titulado: “Siete clichés para aspirar a ser un escritor de telenovelas” (Seven Cliches for Aspiring Soap Writers)⁴⁰ y destaca:

1.- Puedes mostrar un bello escenario desde la azotea.

Explica que a finales de los 90s los protagonistas pobres han vivido en azoteas, pero la realidad es que la gente de bajos recursos vive en sótanos, sin embargo, es difícil para la cámara mostrar un lugar tan pequeño, además es visualmente atractivo ver la



<http://jeannybeans.blogspot.mx/2009/01/rooftop-room-cat.html>

Attic Cat (2003), una chica pobre que vive en la azotea

⁴⁰ Sin Autor, “Seven Cliches for Aspiring Soap Writers”
http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2007/03/23/2007032361024.html, consulta: 12 de agosto de 2013-.

vista de la ciudad desde una azotea.

2.- Las mujeres despechadas se convierten en peces gordos de los negocios

Ocurre que una mujer de mediana edad es engañada por su esposo, pero ella tiene un pequeño negocio que por lo general son restaurantes o algo relacionado con la comida. Pero gracias a las recomendaciones de la gente su negocio se convierte en un éxito. Se utiliza este recurso porque permite la colocación de varios productos y hay veces que dos K- dramas que se transmiten a la vez, utilizan los mismos fondos y alimentos.

3.- Aventar agua

Cuando una pareja está discutiendo, en medio de la discusión la mujer le avienta agua en el rostro al chico y se va. No ocurre más, a veces una que otra discusión pero no pasa de ahí. Aunque últimamente ha sido al revés, el chico le avienta agua a la chica como un impulso de coraje.

<http://www.dramabeans.com/2012/02/history-of-the-salaryman-episode-18/>



History of the Salaryman (2012)

4.- Presentaciones de Power Point

Dos protagonistas masculinos, muy competentes, demuestran su rivalidad por una

chica en una presentación multimedia.

La proyección y la atención de los ejecutivos en sus rostros son una clave importante en la trama ya que son los pilares fundamentales entre la historia, el amor y el éxito profesional que se funden en armonía.

Recordemos que es un punto que utilizamos en la funciones de Propp donde el héroe y su agresor se



El Rey del Horneado, Kim Tak Goo (2010) La rivalidad de dos hermanos por el cariño de su padre y de una chica

enfrentan en un combate.

5.- ¿Quién soy yo?

Este cliché se ha extendido en los K- dramas. El héroe o protagonista está pasando por un periodo emocional fuerte y su mejor amigo le dice “Tú no eres así” a lo que responde el protagonista “¿Quién soy yo?” Los escritores con más experiencia han tratado de evitar esto, sin embargo los jóvenes están siendo tentados por esta línea.

6.- Cambiar de sentido en el coche

El protagonista, sumido en sus pensamientos, está conduciendo en su coche. De repente y con los neumáticos chirriando él realiza un cambio de sentido, sin importar si hay tráfico o no. El cliché es una maravillosa manera de visualizar un cambio del corazón, y por tanto, es irresistible para los escritores.

7.- La Cenicienta conoce a su príncipe azul

Casi no hay excepciones, todos los K- dramas utilizan este método donde la pobre chica conoce al chico guapo y rico gracias a los varios incidentes que les ocurre: bebidas derramadas, cuadernos que se caen y se intercambian, choques inesperados en las calles, etc. Siempre hay un rival de amor, quien es en todos los sentidos el adecuado para ella y se lleva mejor con su familia. Y ella por lo general tiene mal carácter y estudia mucho.

2.3 Las principales televisoras de los K-dramas

Las televisoras surcoreanas están conscientes del impacto que estas historias han tenido en todo el mundo. Tanto así que se han movilizado a las plataformas digitales y han creado sus propias aplicaciones.



http://es.drama.wikia.com/wiki/Birth_of_a_Rich_Man

Becoming a Billionaire (2010) Es la historia de un chico que cree que es el heredero de una empresa importante.

KBS (Korean Broadcasting System) tiene una plataforma digital terrestre sin que su audiencia tenga que suscribirse para pagar lo que ve. Esta televisora fundada en 1927 explica en su reporte anual del 2009-2010 que no busca tener altos índices de audiencias sino encontrar mejores escritores a partir de miniseries o concursos con el fin de lograr un mejor crecimiento cualitativo en sus historias. En el concurso del 2009 las historias ganadoras fueron *Becoming a Billionaire*, *Secret Agent Miss Oh* y *Gumiho: Nine-Tailed Fox*, que ya fueron transmitidas o están en producción. KBS explica que se esfuerza por hacer historias sanas para toda la familia, sin violencia o escenas de sexo. Su reciente éxito fue *My Too Perfect Sons*, con 54.4% de rating⁴¹.

Otra cadena de televisión es MBC (Munhwa Broadcasting Corporation) que explica en su página que lideran el mundo de las telenovelas coreanas produciendo 730 horas anuales de series televisivas de gran calidad, por lo que llevan el más alto número de audiencia en los últimos cinco años⁴², teniendo entre sus productos *Una Joya en el Palacio* y *Coffe Prince* (2007) que aún siguen siendo exitosas. Tiene distintos canales: una televisión nacional terrestre, tres estaciones de radio, cuatro por cable y satélite, y cinco DMB (Digital Multimedia Broadcasting)

MBC se fundó en 1961 y es una televisora pública subsidiada prácticamente por la Fundación para la Cultura de las Emisiones, una organización pública que opera en base a los ingresos percibidos por publicidad. Esta organización fundada

⁴¹ KBS, Drama, http://www.kbs.co.kr/openkbs/report/download/eng0910_c_5.pdf, consulta: 13 de septiembre.

⁴²“Telenovelas”, <http://aboutmbc.imbc.com/spanish/mbcprogram/drama/index.html>, consulta: 13 de septiembre del 2013.

en 1988 hizo todo lo posible para que existiera una autonomía en la industria de las transmisiones de Corea del Sur por lo que conforme a la Ley de Desarrollo de la Cultura de las Emisiones del país indica:

“MBC debe restituir el 15% de sus ingresos operacionales a la Fundación para la Cultura de las Emisiones para uso público. Asimismo, en observancia a la Ley Nacional de Radiodifusión y Televisión de Corea, MBC destina el 4,75% de sus ingresos totales percibidos en concepto de anuncios publicitarios al Fondo de Desarrollo de las Emisiones que opera la Comisión de Emisiones de Corea, y con ello no solo contribuye al desarrollo de las transmisiones radiotelevisivas sino que también apoya la realización de proyectos artísticos y culturales.”⁴³

Coffe Prince (2007) es la historia de una chica que se hace pasar por hombre para trabajar en una cafetería.



http://es.drama.wikia.com/wiki/The_1st_Shop_of_Coffee_Prince?file=1257097912n.jpg

SBS (Seoul Broadcasting System) emisora privada fundada en 1990. Esta empresa opera dos estaciones de radio; un canal terrestre; canales de cable y satélite que son SBS Drama Plus, UTV (canal de variedad, comedia y programas

⁴³ Ibid, <http://aboutmbc.imbc.com/spanish/corporateinfo/brief/index.html> consulta: el 13 de septiembre del 2013.

de debate), SBS Sports Channel y SBS Golf Channel. Y también cuenta con DMB⁴⁴.

No existe mucha información de esta televisora ya que se requiere ser una empresa para registrarse, pero ha tenido títulos de éxito como *Secret Garden* (2013), *Rooftop Prince* (2012) y *Oh; My Lady*(2010)

2.4 Tipos de K- dramas

No existe tal cual una lista de tipos de K- dramas, pero entre las seguidoras de estas series han enumerado unas cuantas. Los géneros que más predominan son la comedia y el drama, pero hoy en día debido a su popularidad se han enfocado más en las comedias románticas.

De acuerdo con la página *coreaporsiempre.com* existen diversos K- dramas de diversas temáticas la cual se pueden enlistar de la siguiente manera:

- Históricos: Se basan en las diversas dinastías que existieron en Corea del Sur. Son muy importantes y han ido en aumento “por su valor patriótico y por la aceptación masiva de las personas desde el extranjero”⁴⁵. Lo cual exponen favorablemente la historia, las mitologías y las costumbres del país. *Una Joya en el Palacio* (2003) es un gran ejemplo ya que ha tenido éxito en no sólo en Corea sino en varios países.

⁴⁴ ChunnieOtoke, “Cadenas de televisión más populares de Corea del Sur”, <http://otoke-katarsis.blogspot.mx/2012/08/cadenas-de-television-mas-populares-de.html>, consulta: el 14 de septiembre del 2013.

⁴⁵ El éxito de los dramas históricos de Corea del Sur, <http://haciaasia.weebly.com/13/post/2012/04/el-xito-de-los-dramas-histricos-de-corea-del-sur.html> acceso el 14 de agosto de 2013.

- Culinarios: muchas historias han sido contadas por protagonistas que tienen talento en la cocina y repostería. De esta manera el país surcoreano expone su comida tradicional o productos. *The King of Baker* (2010) es una de las series más exitosas que cuenta la historia de un panadero.
- Acción: Muchas de estas series contienen historias sobre espionaje o policías, de la cual las artes marciales no pueden faltar. Hay ejemplos como *Plan B* (2010), *Iris*(2009) y *actualmente Who are you?*(2013)
- Musicales: se basan en jóvenes con el sueño de ser famosos combinando el drama con escenas musicales. De esa manera hay muchos cantantes del k-pop actuando en estas historias y logrando tener más éxito en sus carreras. Ejemplos hay como *You are beautiful, Dream High* (2011) y *Beethoven Virus* (2008).
- Estudiantiles: las historias se centran en los salones de clases y los conflictos que existen entre los alumnos. El ejemplo más exitoso ha sido *Boys Before Flowers*, realizada en el 2010 y que aún sigue teniendo éxito.
- Carreras profesionales: podemos englobar las historias de abogados, deportistas y médicos. Un ejemplo es *Good Doctor* (2013), que trata de un joven autista que logra convertirse en pediatra.
- Cambio de género o gender bender: debido a la androginidad que existe entre la gente oriental, es posible realizar historias donde las chicas se hacen pasar por hombres para lograr un objetivo o ayudar a un miembro de la familia. Estas historias suelen tener altas dosis de comedia. Ejemplos

hay como *You are beautiful* (2009), *Coffe Prince* (2007) y *To the beautiful* (2012).

2.5 Los K- dramas más importantes hasta el momento

En esta lista está *Winter Sonata* que ya hemos mencionado antes, sin embargo se retomaron dramas del libro *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal* que enumera diez historias más importantes hasta el 2011 de las que se destacan en este trabajo las más actuales o que han hecho un aporte significativo.

Una joya en el Palacio (2003-2004)

Dirigida por Lee Byung-hoon, esta historia tuvo más de 50 puntos de audiencia y cuenta la historia de Janggeum, la primer mujer médico del rey King Jungjong. Lo que hace importante esta historia es que realza la participación de la mujer en los K- dramas históricos que solían ser machistas y nos presenta una joven decidida e inteligente que gracias a su carácter supera los obstáculos.

“Lee mostró su talento al hacer con delicadeza que los personajes villanos simpatizaran con el público, psicológicamente representó sofisticadas secuencias de suspenso basadas en una narración sólida”⁴⁶.

⁴⁶ Íd, *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, p. 76.

My Lovely Samsoon (2005)

Conocida en México y Latinoamérica como *Mi adorable Sam Soon*. Es una comedia romántica que generó gran éxito y la creación del llamado “síndrome Samsoon”.

Causó conmoción al representar a una inusual protagonista: una mujer regordeta. Sam Soon (Kim Sun Ah) es una mujer pastelera de 30 años que por azares del destino se enamora de un joven restaurantero tres años menor que ella. Ella se siente insegura por su peso y por su futuro profesional y al pedirle prestado dinero a Jin-heon (Hyun Bin), el joven

http://es.drama.wikia.com/wiki/My_name_is_Kim_Sam_Soon?file=Samsoon.jpg



My Lovely Sam Soon

restaurantero, pactan ser novios para que la mamá de él deje de molestarlo.

Coffe Prince (2007)

Basada en la novela *The first Shop of Coffee Prince*. Esta historia de MBC fue un fenómeno y creó varios *spin off* de la historia. No sólo eso, sino que a partir de este k-drama han existido varias cafeterías de ese estilo.

“Coffee Prince dista mucho de ser realista, y su fantástico, caricaturesco y coloridos personajes crean circunstancias cómicas que hacen una ligera y divertida historia”⁴⁷.

⁴⁷ Ibídem, p. 83.

Eun-chan (Yun Eun-hye) es una joven que tiene que buscar la manera de sacar adelante a su familia. Su aspecto es masculino por lo que seguido es confundida como hombre y gracias a ello consigue un trabajo en una cafetería donde el dueño, Han-gyeol (Gong Yoo), sólo acepta chicos. Con el tiempo Han-gyeol empieza a sentir más que amistad por Eun- chan, lo que provoca que se sienta confundido al creer que se ha enamorado de un hombre.

Boys Over Flowers (2009)

La historia es una adaptación del *manga* (comic) japonés *Hana Yori Dango*, que también ha tenido su serie con personaje reales en Japón. Esta historia también se ha hecho en Taiwan. Sin embargo, KBS decidió adaptar la historia en Corea ajustándolo a las características propias del país, eligiendo un grupo de actores atractivos y fue gracias a ello que muchos de los actores saltaron a la fama, por ejemplo, el protagonista Lee Min Ho se ha convertido en uno de los actores más solicitados en los K-dramas.

BOF es la vida de Jan Di (Goo Hye Sun), una joven de clase baja que al entregar un pedido de tintorería en la escuela más cara de Seúl, Shinhwa High School, se encuentra con un joven de

http://es.drama.wikia.com/wiki/Boys_Before_Flowers?file=Boys_Before_Flowers.idg



Boys Over Flowers

esa institución que está por aventarse desde un edificio, pero ella impide esa tragedia. Para evitar conflictos con la opinión pública, los dueños de la escuela deciden becar a Jan Di, pero ella descubre un mundo superficial y un grupo de cuatro jóvenes llamado F4 quienes se encargan de intimidar a los demás estudiantes ya que el líder del grupo, Jun Pyo (Lee Min Ho) es el hijo del dueño de la escuela.

Jun Pyo se enamora de Jan Di por lo que hace que su vida en esa escuela tenga demasiados incidentes y ella busca la fuerza necesaria para seguir adelante a pesar de las intimidaciones y los conflictos sentimentales con Jun Pyo.

Iris (2009)

Un k-drama de espías y de acción siendo una de las más caras de las series coreanas. Es una mezcla Slam-bang de grandes explosiones, potencia de fuego, y mucho drama.



<http://es.drama.wikia.com/wiki/IRIS?file=IRIS.jpg>

La trama gira en torno a dos amigos, Kim Hyun-jun (Lee Byung-hyun) y Jin Sa-woo (Jung Joon-ho), quienes se formaron en las Fuerzas Especiales. Ellos son reclutados por una organización conocida como el Consejo de Seguridad Nacional de Servicio (NSS). Sus lealtades se ponen a prueba cuando se encuentran en el centro de una conspiración internacional que involucra a Corea del Norte, las organizaciones

terroristas mundiales, y las armas nucleares. Ellos tienen que decidir entre el amor, el odio y traiciones por parte de los espías de del Norte y Corea del Sur. La serie ofrece llamativos espectáculos de acción en diferentes partes del mundo como Budapest y Shanghai.⁴⁸

Secret Garden (2010-2011)

Este exitoso k-drama de la SBS hizo que sus actores principales Hyun Bin y Ha Ji-won fueran una sensación en Corea de Sur y otras partes del mundo. Podríamos decir que es la historia moderna del cuento de la Sirenita. Gil Ra-im (Ha Ji-won), es una treintañera que trabaja como doble en las películas de acción y se encuentra entre dos mundos cuando de manera mágica intercambia su cuerpo con Kim Joo-won (Hyun Bin), un arrogante director de un centro comercial. Sus intercambios de cuerpo crean en ambos situaciones cómicas y de gran conflicto y reflexión que después del efecto mágico seguirán latentes y crearán sentimientos aún más fuertes entre ellos.

De esta serie se creó una aplicación para móviles y fue descargada por más de 60 mil usuarios⁴⁹.

http://es.drama.wikia.com/wiki/Secret_Garden?file=92821.jpg



Secret Garden

⁴⁸ Ibídem, 87

⁴⁹ Ibídem, p. 69.

2.6 Cómo los K- dramas cambiaron la concepción de Corea del Sur en Japón y en el mundo

Antes del siglo XXI; de Asia no se conocía mucho, más que el anime en Japón, pero de Corea del Sur no existía ningún interés. Fue a principios del siglo que Corea del Sur llamó la atención del mundo y eso fue gracias a los K- dramas y la música pop, K-pop.

Entre el 2005 y el 2007 se publicó un estudio del académico Arvind Singhal, profesor de Estudios de Comunicación en la Universidad de Ohio, y Toru Hanaki, académico de la Universidad de Nazan. La investigación se llamó “Hanryu Sweeps East Asia: How Winter Sonata is Gripping Japan” (La Ola Coreana arrasa el este de Asia: ¿Cómo Sonata de Invierno está arrasando en Japón?). Según la investigación, *Sonata de Invierno*, es un raro ejemplo de cómo la popularidad de un drama de televisión juega un papel clave en una zona cultural diferente⁵⁰.

A principios del siglo veinte, el imperialismo japonés había dejado una profunda cicatriz emocional en Corea y otros países asiáticos. Anteriormente a esto, los monarcas del reino Choonson practicaron una estricta política aislacionista donde sólo tenían relaciones con China, por ello el país fue nombrado “Reino Ermitaño”. La dinastía expiró en 1910 cuando el país cayó bajo la dominación japonesa⁵¹.

Durante esa época los coreanos sufrieron de todo tipo de explotaciones que iban desde laborales hasta sexuales. Los japoneses trataron a ese país como

⁵⁰ *Ibid*, pp. 20

⁵¹ Ernesto Laurentis, *Corea del Sur*, España, Miraguano, 2002, p. 25.

proveedor de alimentos, sobre todo con el arroz, y fueron una fuente de obra barata⁵².

Los ciudadanos perdieron su calidad de vida, sus tierras y casi hasta su idioma ya que estaba prohibido hablar su lengua natal para que se fuera borrando la cultura coreana. Las mujeres fueron explotadas sexualmente para los militares japoneses.

Las minorías étnicas coreanas fueron trasladadas a la fuerza a Japón durante la guerra y por lo cual fueron objeto de discriminación como ciudadanos de segunda clase debido a las dificultades económicas y manteniendo una presencia invisible en el resto de la sociedad japonesa⁵³.

Después de la ocupación, Corea del Sur era entonces un país cercano a Japón, pero muy distante en cuanto a sus relaciones, sin embargo, con el fenómeno *Hallyu* la percepción que tenía Japón de Corea cambió. Personas de Japón se vieron más interesados en conocer el país y los grupos minoritarios coreanos perdieron su invisibilidad⁵⁴.

Los investigadores vieron nuevos cambios de percepciones entre esos países, incluso aumentó el intercambio entre Corea y Japón. Gracias a *Sonata de Invierno*, muchos japoneses se interesaron por aprender coreano y viajar a ese país.

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Íd, K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, p. 20

⁵⁴ *Íd, K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, p. 21

De esta manera Corea del Sur intenta con sus producciones televisivas crear más turismo no sólo con Japón, sino de otras partes del mundo como Europa y América.

2.6.1 Los K- dramas como una fuente de ingresos en Corea

Los K- dramas forman parte de la industria cultural porque como menciona Jean-Pierre Warniern, necesita de grandes medios, mercantilizan la cultura, transforman al creador en un trabajador y transforman la cultura en productos culturales⁵⁵.

Como política cultural es parte importante de la economía del país al crear más empleos. Iniciando el siglo, el gobierno coreano ha hecho hincapié en la importancia de los contenidos culturales para la economía nacional. Con algunos ajustes, el gobierno de Lee Myung-pak (2008-2013) cambió su enfoque al mercantilizar la creatividad en relación con el contenido, desde el 2009 los políticos han utilizado el término "industria de contenidos creativos" en lugar de la industria creativa. Mediante el uso de las industrias creativas del Reino Unido como un modelo, el gobierno de Lee ha avanzado en la industria de contenidos como un nuevo motor de conducción de la economía nacional⁵⁶.

⁵⁵ Jean-Pierre Warnier, cit.pos, Patrice Flichy, Bernard Miege y Gaétan Tremblay, *La Mundialización de la cultura*, Barcelona, España, Gedisa, 2002, p. 21.

⁵⁶ Dal Yong Jin. "Hallyu 2.0: The New Korean Wave in the Creative Industry"
<http://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--Hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>. Consulta: 21 de agosto de 2013

Debido a la creciente popularidad, el importe total de las exportaciones de programas de televisión aumentó 27,4 veces entre 1995 y 2007, pasando de 5,5 millones en 1995 a 150,9 millones de dólares en 2007.

http://www.visitkorea.or.kr/ena/CU/CU_EN_8_5_1_73.isp



Imagen de una locación de la telenovela Sarangbi (Lluvia de amor, 2012) que promueve la página de turismo de Corea del Sur.

Las agencias de viajes en Estados Unidos y Asia realizan *tours* en los rodajes donde se crean estas series coreanas, teniendo aproximadamente a 200 mil visitantes de todo el mundo⁵⁷.

La página de turismo de Corea de sur, (<http://www.visitkorea.or.kr>) tiene un apartado especial que dice *Hallyu*, ahí se pueden ver los diferentes K- dramas y las locaciones donde fueron grabadas, así como el precio de alojamiento y las escenas que representaron.

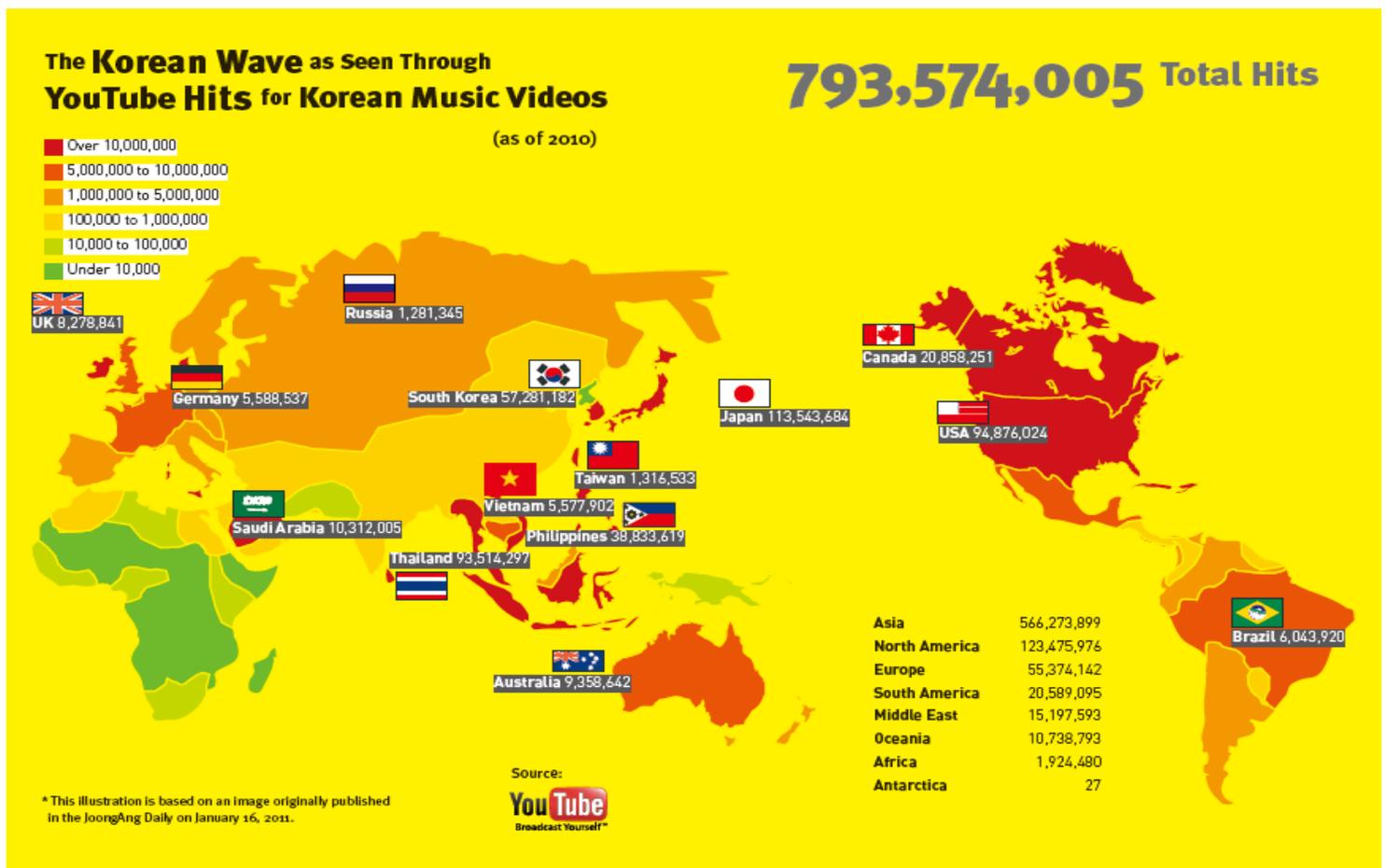
La Ola Coreana no es sólo dramas, sino música, ropa y comida. La música ha traspasado de igual manera fronteras. Países de Europa como Francia y España han abarrotado escenarios para disfrutar de los grupos coreanos. Japón ha sido uno de los principales consumidores; Girl's Generation (un grupo formado por nueve chicas) tuvo una audiencia de 140 mil personas en el 2011⁵⁸.

⁵⁷ Vanessa Hua. "South Korea soap operas find large audiences / Exported television dramas improving nation's image around Asia – and beyond". <http://www.sfgate.com/news/article/SOUTH-KOREA-SOAP-OPERAS-FIND-LARGE-AUDIENCES-2644560.php>. acceso el 21 de agosto de 2013

⁵⁸ *The Korean Wave a New Pop Culture Phenomenon*, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea, 2011, p. 36.

En el 2010 los videos coreanos de las distintas compañías musicales de Corea del Sur (SM Entertainment, YG Entertainment y JYP Entertainment) registraron 793.57 millones de visitas de youtube en 29 países.

Otro de los grupos más importantes es Super Junior, formado en el 2005, actualmente tiene nueve miembros y han hecho giras por todo el mundo. En el 2012 se presentaron en Viña del Mar y también lo han hecho en países de Europa como Francia, con más de 6 mil asistentes, siendo el primer grupo coreano en tener un evento en solitario.



La Ola Coreana y los exitos en youtube por todo el mundo

En México Super Junior ha sido varias veces Trending Topic para invitarlos a dar un concierto en el país. Logrando así presentarse el 7 de noviembre de 2013 en la Arena Ciudad de México, donde lograron agotar las entradas en cuatro horas. Otros grupos igual de famosos son 2PM, 2NE1, Big Bang y Wonder Girls, entre otros. Y por último recordemos que el video de PSY *Gangnam Style*, sigue siendo el más visto de Youtube con más de mil millones de visitas.



Psy

<http://entodord.com/light2/index.php/personajes/personajes/4072-psy>



Super Junior

<http://www.soompi.es/2013/03/10/super-junior-anuncia-gira-en-latinoamerica/>.

2.7 La Ola Coreana llega a Latinoamérica

En México el canal 34 de Televisión Mexiquense ha sido el único canal que las ha transmitido, pero con el internet es más fácil encontrar las historias. José Arevalo, Jefe del departamento de producción, continuidad y videoteca de Televisión Mexiquense, explicó que la primera serie coreana transmitida fue *Todo sobre Eva*, quien logró siete puntos de ratings. Esta emisión fue prácticamente regalada por la Embajada de Corea.

Todo sobre Eva (2000) fue transmitida en México el año 2006, aunque la historia es del 2000. La historia se trata de dos chicas reporteras cuyo sueño es ser presentadoras de un noticiero, pero ambas vivieron en situaciones diferentes; una de familia acomodada, Sun Mi; y Young Mi quien desde niña sufrió precariedades y lo que le hace tener una ambición desmedida.

En México tuvo comentarios positivos como “Es una historia real, no necesita de la violencia o las escenas de sexo que hoy en día están muy presentes en las novelas mexicanas”.

Sin embargo, las televisoras latinas que actualmente sí transmiten K- dramas son Panamericana, en Perú; Ecuavisa en EcuadorTv y Canal 6, Puerto Rico. Hasta el 2011, Puerto Rico ha transmitido aproximadamente 10 series coreanas y según la nota de la página web *primerahora.com* más de 150 mil residentes de ese país

ven de lunes a viernes las telenovelas coreanas. El costo por capítulo coreano va de \$300 a \$400, entre tres y cinco mil pesos mexicanos⁵⁹.

En cuanto la telenovela mexicana, los costos para que el canal transmita un capítulo es de \$2,000 a \$5,000 (de 20 a 60 mil pesos) y si los capítulos son nuevos el costo aumenta hasta los \$20,000 (más de 200 mil pesos mexicanos). Es por lo que algunos analistas dicen que a Corea del Sur le interesa no son las ganancias sino el impacto de su producto en otros países.

El experto en cultura pop Sung Sang-yeon opina: “Los productores de televisión coreanos se establecieron durante la crisis económica asiática de los años 90 del siglo pasado, ofreciendo programación más barata que los espectáculos que se hacían en Japón y Hong Kong, y de más alta calidad que la de la mayoría de los otros países asiáticos”⁶⁰.

A diferencia de la música en inglés y los programas de habla inglesa, los fanáticos latinos se han interesado tanto en el país surcoreano que están aprendiendo su idioma. Diana estudia estilismo y coreano en el Instituto Sejong del Centro Cultural Coreano que se localiza en Polanco, ella y su madre son fieles seguidoras de estas series “A veces mi mamá me levanta a las seis de la mañana para ver su serie” y el por qué estudiar coreano “Porque espero algún día ser la estilista de Lee Min Ho” (actor famoso de los dramas coreanos).

⁵⁹ Sin autor, “Manantiales de Ternura”, <http://www.primerahora.com/entretenimiento/tv/nota/manantialesdeternuralasnovelascoreanas-535793/>, consulta: 3 de septiembre de 2013.

⁶⁰ “Psy en la cresta de la ola pop sudcoreana que inunda youtube” <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2013/05/03/144933378-psy-en-la-cresta-de-la-ola-pop-sudcoreana-que-inunda-youtube> consulta: 12 de mayo de 2013.

Anaís Granados González, asistente administrativa del Centro Cultural Coreano en México comenta que sin duda el K-pop y los dramas son la puerta que lleva a que las personas se interesen en la cultura coreana en un aspecto más general.

El Centro Cultural Coreano se fundó en marzo del 2012, se encuentra en Polanco y entre sus actividades están las clases de idioma coreano, exposiciones y talleres de cocina del país.

Este centro es uno de los 90 que existe en 44 países y próximamente aumentará a 117 en 51 naciones⁶¹ como una de las mil maneras de promocionar la cultura del país.

Actualmente Televisa se ha unido con Corea del Sur, en especial Arirang TV que emite canales coreanos en todo el mundo, para realizar un reality show donde intercambiarán dos grupos de pop de sus respectivos países: Reik y MBLAQ.

Ambos grupos mostrarán a los televidentes aspectos importantes de los dos países, como la cultura tradicional, gastronomía, vida nocturna y atracciones turísticas, entre otros⁶².

Este programa se emitió el 27 de noviembre de 2013 en Arirang TV, donde se demostró que las jóvenes mexicanas se ven más interesadas en la cultura coreana y en ir a visitar el país que los coreanos que desconocían casi por completo al grupo Reik, que se presentó en Seúl.

⁶¹ "Aumenta el número de centros culturales coreanos en el mundo", disponible en http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_Cu_detail.htm?lang=s&id=Cu&No=36351¤t_page=2, acceso el 18 de septiembre del 2013.

⁶² Kyra Baéz Martell, "Reality Show México-Corea", El Universal, Mundo VIP, pag.10, 23 de agosto de 2013.

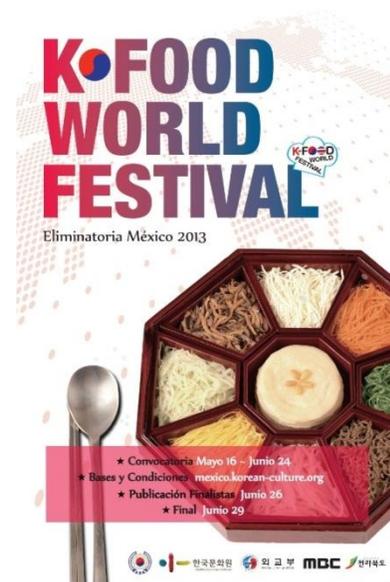
Quizá esto es sólo el principio de una relación estrecha entre la cadena televisiva más importante de México y la Ola Coreana, puede que en un futuro podríamos ver adaptaciones de K- dramas en las telenovelas mexicanas.

Como muestra del *boom* de la cultura coreana, este año el Centro Cultural Coreano lanzó la segunda convocatoria de K-pop World Festival 2013, donde varios jóvenes de todo el mundo presentan números musicales de bandas k-pop en la ciudad de Chang Won, Corea del Sur.

Este año hubo 130 participantes de varios estados del país y ganó un grupo de jóvenes llamados Shiareek quienes podrán ser los representantes de México en la competencia final en Seúl. En el 2012 un conjunto de chicas mexicanas. Lollipop, representaron al país con sus coreografías.

También se lanzó el concurso de *K-Food World Festival 2013* donde los jóvenes muestran sus conocimientos en comida coreana y los que resultan ganadores van a la ciudad de Jeonju en las instalaciones “Creative Culinary Institute of Korea”.

El 2013 podría ser recordado porque bandas de k-pop se presentaron en la capital del país: U-KISS y MBLAQ. Ambos en pequeños recintos, el José Cuervo y el Pepsi Center, respectivamente.



<http://mexico.koreanculture.org/navigator.do?menuCode=201202210011&action=VIEW&seq=48867>

U-KISS, de acuerdo con Javier Poza en Fórmula, pese al alto costo, los boletos se agotaron a los siete minutos de haber salido a la venta⁶³.



<http://secretoskpop.tumblr.com/post/57723943832/hola-mi-secreto-de-hoy-es-que-tengo-un>

Con MBLAQ, que se presentó el 8 de agosto, asistieron alrededor de 5 mil personas. Telehit, cadena privada de Televisa, ha hecho varios programas de estos grupos y ya presenta en su programación videos de grupos coreanos.

¿El k-pop y lo K- dramas será una moda o seguirá latente en las futuras generaciones?

Warnier explica: “La cultura es una totalidad que comprende costumbres, leyes, creencias, conocimientos,

etc., y que sin ellas no sabríamos cómo comportarnos, pero también se caracteriza por la tradición y esta se trasmite de generación a generación porque ya es aceptada en esa cultura”⁶⁴.

Lo que hace México es adaptar otra cultura a su forma de vida. Lo que ha buscado Corea del Sur es mundializar su cultura en cualquier rincón del mundo y adaptarse a otras. “La industria invade las culturas de la tradición, las transforma y a veces las destruye”⁶⁵. Por lo que es común ver en sus K- dramas modos de vida que ya pertenecen al mundo capitalista: chicas con rasgos más occidentales, suites privados, autos de último modelo, música en inglés, vestidos de diseñador, entre otros.

⁶³ “U-Kiss agota en siete minutos boletos en México”, <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=335341>, acceso el 18 de septiembre de 2013.

⁶⁴ Jean-Pierre Warnier, *La Mundialización de la cultura*, Barcelona, España, Gedisa, 2002, p. 12.

⁶⁵ *Ídem*.

Su forma de vida en los K- dramas se puede ajustar a lo que Warnier menciona: “en el marco de la mundialización de la cultura, el mismo individuo puede asumir identificaciones múltiples que movilizan diferentes elementos de la lengua, de cultura y de religión en función del contexto”⁶⁶. Sin embargo, ellos siguen respetando sus costumbres antañas.

Todas estas historias son vistas de manera masiva gracias al internet, siendo los mismos usuarios quienes proporcionan las traducciones de las series y canciones, así que dejan de ser consumidores pasivos para transformarse en consumidores activos.

¿Cómo se han beneficiado económicamente los K- dramas? Un probable ejemplo es ver que en casi todas las historias los protagonistas usan un Samsung galaxy, por lo que se mantienen gracias a esa lógica económica de todo producto industrial: utilizar la publicidad de una compañía mundialmente fuerte.

Es muy común ver que las pantallas de plasma Samsung utilizan videos musicales de cantantes coreanos en HD. El impacto ha sido considerable: “Desde el momento en que las prácticas artísticas, deportivas y culturales emergen de la zona de captación de las industrias culturales se trasforman en espectáculo”⁶⁷.

Miles de páginas de Facebook y de internet que hablan sobre los actores y cantantes coreanos del momento, muchas de esas seguidoras son de cualquier rincón del mundo, pero en especial en la Ciudad de México.

⁶⁶ *Ibidem*, p. 15.

⁶⁷ *Ibidem*, p.62

Capítulo 3

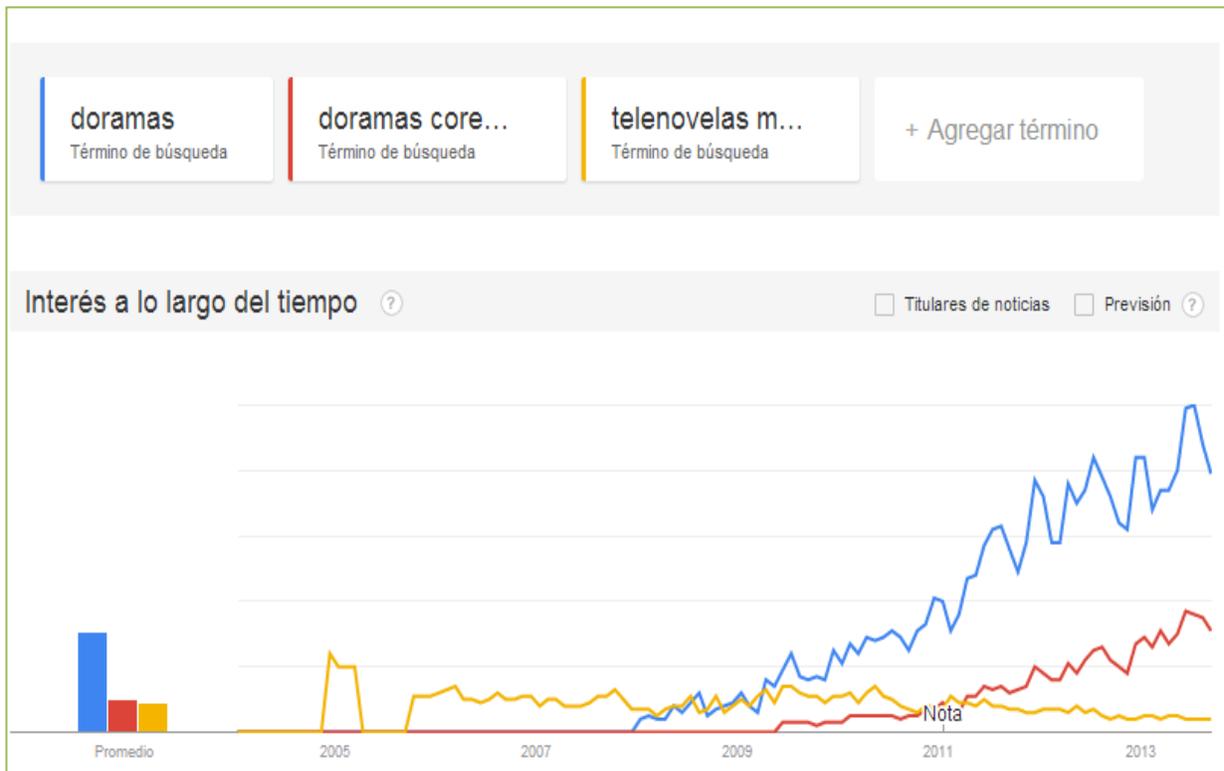
K- dramas y las telenovelas mexicanas

3.1 Internet como medios de difusión de los melodramas

Latinoamérica, en especial México y Televisa, supo expresar los melodramas y como tal la gente puede congeniar bien con las historias que nos llegan de Corea del Sur. Sin embargo, como producto cultural, es difícil conocer a una persona que le guste ambos productos.

El internet juega un papel importante porque de ahí muchas personas diversifican sus gustos y comparten otros por las diferentes redes sociales. Lo local se vuelve global y las producciones mexicanas y coreanas ahora ser son vistas por todo el mundo, por lo que la búsqueda de temas puede ayudarnos a ver qué es lo que prefieren los internautas.

Los K- dramas y el k-pop, han interesado mucho en los jóvenes del valle de México, y ciudades conurbadas. En la siguiente gráfica vemos las tendencias de búsqueda en Google. Las telenovelas mexicanas iniciaron bien en el 2005 pero en los últimos años hasta la fecha (septiembre del 2013) han bajado considerablemente. Caso contrario, los K- dramas han ido en aumento en los últimos años. Usando como términos *doramas* y *doramas coreanos*, puesto que las personas utilizan generalmente *doramas* para referirse a las telenovelas asiáticas, la gráfica nos muestra el gran interés que están teniendo en el país.



Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

Han sido 10 ciudades las que han buscado más los *doramamas* y *doramamas coreanos* en los que destacamos Campeche, Yucatán, Oaxaca Quintana Roo y Estado de México.



Preferencias en *doramamas*



Preferencias en *doramamas coreanos*

Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

En cambio el interés de búsqueda para telenovelas mexicanas sólo se da en seis estados: Nuevo León, Jalisco, Distrito Federal, Baja California, Veracruz y Estado de México.



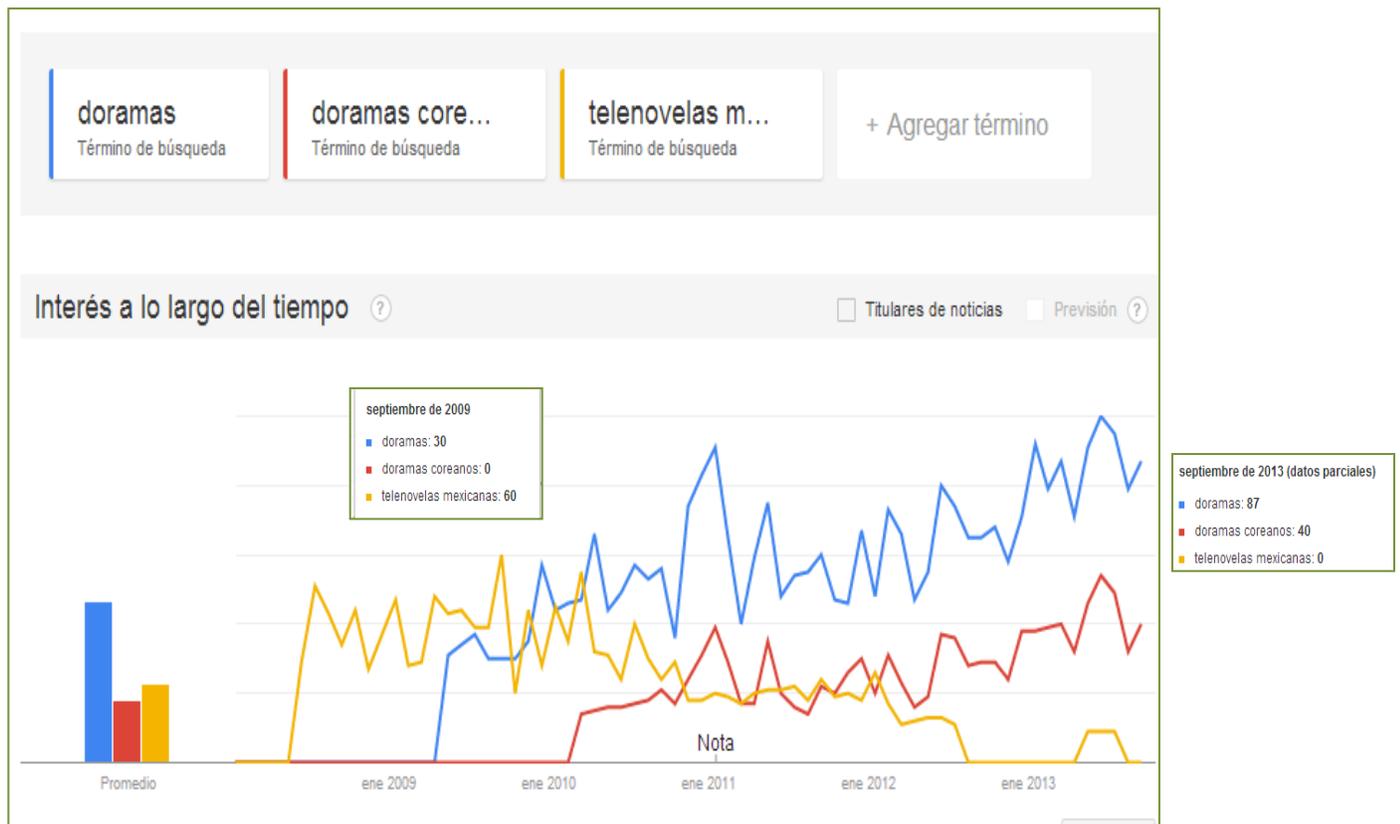
Preferencias para Telenovelas mexicanas

Si nos enfocamos en el distrito federal veremos que *doramas* y *doramas coreanos* siguen siendo las tendencias preferidas en Google.



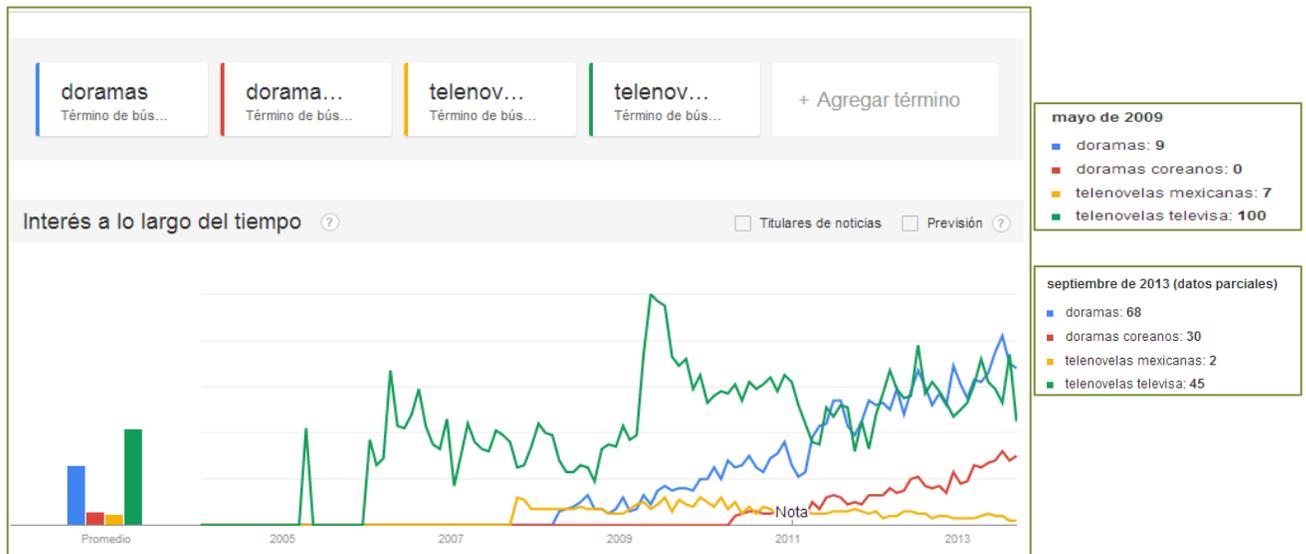
Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

En búsquedas en Youtube tenemos que siguen siendo preferencia en el distrito federal los doramas. En el 2009 las telenovelas mexicanas habían alcanzado 60 búsquedas por día y 30 los doramas, en cambio, para el septiembre del 2013 las telenovelas tienen cero búsquedas y los doramas 87.



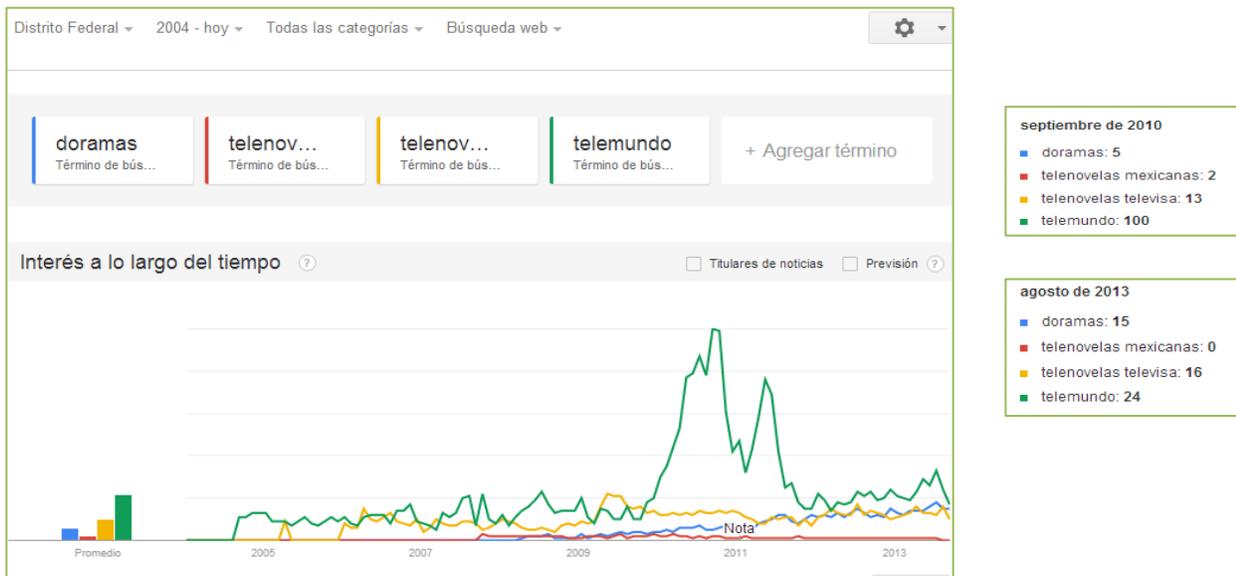
Búsqueda en Youtube

El impacto de los K- dramas no es tan alto como se cree. Si agregamos otro término como *Telenovelas televisa*, están prácticamente a la par con las historias surcoreanas en el distrito federal. En mayo del 2009 la preferencia absoluta la tenía las telenovelas televisa, pero hoy en día, los doramas llevan la delantera pero por muy poco (68/45).



Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

Si se cambian los términos por *doramas*, *telenovelas televisa*, *telenovelas mexicanas* y *Telemundo*, vemos que Telemundo a partir del 2010 lleva la delantera en búsquedas por Google sólo en el D.F., la palabra más buscada es la telenovela *El Clon* (2010) realizada por dicha cadena de televisión.



Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

3.2 Telenovelas y televisión, un mundo aparte para los jóvenes

En términos televisivos las telenovelas mexicanas siguen teniendo la delantera y por mucho. Pues no podemos comparar los gigantes de Televisa y TV Azteca, con la televisora estatal Mexiquense TV. En la siguiente tabla podemos observar los ratings de las telenovelas actuales de los consorcios más grandes de la televisión mexicana, y al final los K- dramas que ha transmitido Mexiquense Tv. Veremos que en un rango de hombres y mujeres entre 15 y 30 años, prefieren ver todavía las telenovelas mexicanas.

Variables

Rat % : Es la variable de medición de audiencias que representa el porcentaje de todos los individuos de un target que está viendo la televisión en un momento y canal determinados.

Rat #: Es la variable de medición de audiencias que representa el porcentaje de los miles de individuos de un target que está viendo la televisión en un momento y canal determinados.

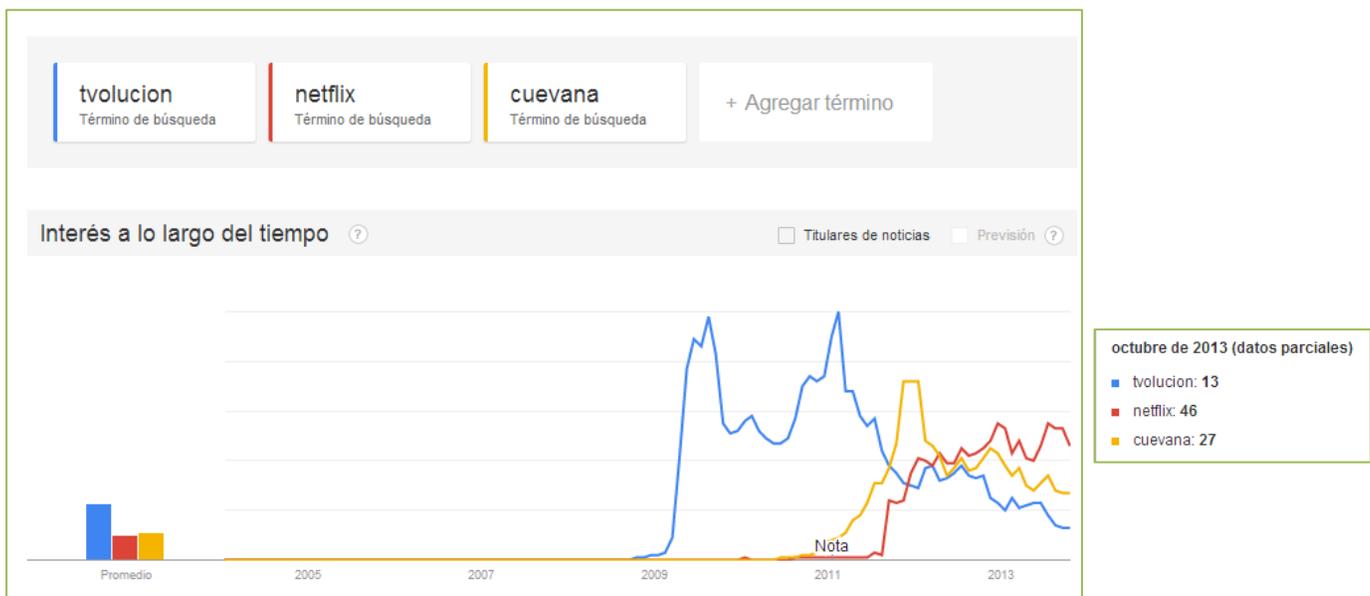
Canal/Programa	Fechas de Transmisión		Personas 15-30 años	
	Primera Fecha	Última Fecha	rat%	rat#
Canal 2				
ATREVETE A SONAR	08/03/2009	07/03/2010	5.67	867.29
CORAZON INDOMABLE	25/02/2013	06/10/2013	7.46	1,131.82
DE Q TE QUIERO TE QUIERO	01/07/2013	11/10/2013	5.75	868.75
LA TEMPESTAD	13/05/2013	11/10/2013	6.45	977.29
LIBRE PARA AMARTE	17/06/2013	11/10/2013	5.62	849.90
MENTIR PARA VIVIR	03/06/2013	11/10/2013	5.42	819.58
REBELDE	04/10/2004	02/06/2006	8.19	1,222.83
Canal 13				
CORAZON EN CONDOMINIO	02/09/2013	11/10/2013	1.84	277.67
DESTINO	08/04/2013	30/08/2013	1.11	168.97
SECRETOS DE FAMILIA	13/05/2013	04/10/2013	1.32	199.53
VIVIR A DESTIEMPO	25/02/2013	20/09/2013	1.86	282.79
Canal 34				
MI BELLA DAMA	27/05/2013	13/10/2013	0.02	3.75
SONATA DE INVIERNO	22/09/2005	22/07/2006	0.17	26.59
TODO SOBRE EVA	29/03/2004	26/08/2006	0.23	33.25
UN DESEO EN LAS ESTRELLAS	24/05/2004	16/07/2005	0.09	12.31

Mi adorable Sam Soon (2005) y el Diario de las hermanas (2001) fueron los dos K-dramas que faltaron en la lista ya que no se encontraron en el sistema. Pero podemos darnos cuenta que la diferencia de rating es muy grande pues la telenovela con mayor porcentaje para Televisa desde el 2004 es *Rebelde* (8.19%). Mexiquense TV tiene que en 2004 *Todo sobre Eva* ha sido la emisión más exitosa en cuanto a melodrama con 0.23% y más de 33 mil personas entre 15 y 30 años que vieron la historia. Claro que la competencia es injusta ya que Mexiquense TV se ve en el área metropolitana y no tiene patrocinadores.

Pero es este año 2013 Televisa sigue llevando la delantera con la telenovela *Corazón Indomable* pues tuvo 7.46% de rating y lo vieron más de un millón de jóvenes. TV Azteca tuvo con *Vivir a Destiempo* 1.86% y más de 200 mil telespectadores. Mexiquense TV transmitió en este año el k-drama *Mi bella Dama* y sólo logró 0.02% de rating y más de 3000 mil espectadores las razones pueden ser que después de siete años volvió a transmitir K- dramas por lo que falta continuidad con esas historias y que el doblaje tuvo muchas carencias y esto desagradó a las jóvenes que gustan de este género.

De cualquier forma podemos ver que los jóvenes ya no están tan interesados por las telenovelas, al menos no con TV Azteca y Mexiquense TV. TV Azteca ha decidido tomar historias para gente más grande y con actores veteranos. *Corazón en condominio* si bien cuenta con actores más jóvenes es una telenovela populachera al estilo *El premio mayor*, pero que no ha atraído a los espectadores.

Los jóvenes están al día con las redes sociales y los medio electrónicos, donde pueden ver películas y series norteamericanas en línea. En una consulta de octubre del 2013, se ve que en México la tendencia es *Netflix* que es una página para ver películas y series por suscripción y *Cuevana*, que tiene el segundo sitio, es igual pero totalmente gratis.



Fuente: <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>

3.3 La Ola Coreana que llega a los jóvenes mexicanos

Nayelli Rocha López, profesora de la Universidad de Hansei, en Corea del Sur, hizo una investigación sobre el impacto del *Hallyu*, sobre todo en los clubs de fans de ídolos surcoreanos, en la sociedad mexicana.

Los clubs de fans han ido en aumento y realizan varias actividades en la Ciudad de México y en otras regiones del país, por ejemplo, cada sábado se reúnen en la tarde por el metro Insurgentes para compartir intereses e ir a los restaurantes coreanos que se encuentran en la Zona Rosa. Hacen marchas para que vengan sus grupos favoritos al país y eventos de baile y música en lugares como la plaza comercial Forum, ubicada en Buenavista, y la Fricky Plaza, que se encuentra en el Eje Lázaro Cárdenas, donde se puede encontrar artículos que van de música, ropa, videos y hasta comida de origen coreano o japonés.

Gracias a ello han contagiado a un número importante de jóvenes. La doctora Nayelli Rocha comentó en el VI Congreso Mundial de Estudios sobre Corea en la Universidad Nacional de Seúl, lo siguiente: “Para mí, *Hallyu* no es un simple fenómeno creado por algún sector para hacer un producto rentable. En realidad, el *Hallyu* debe ser entendido como un fenómeno cultural que tiene elementos culturales híbridos... no sólo pop, la cultura o la cultura popular, sino toda la cultura coreana en general”⁶⁸.

⁶⁸ Julie Jackson, “K-pop fever grabs scholars’ attention”, en **The Korea Herald**, http://www.koreaherald.com/common_prog/newsprint.php?ud=20120926000666&dt=2, consulta: 2 de octubre de 2013.

Nayelli Rocha divide el impacto del *Hallyu* en México de dos formas: material e inmaterial.

Material se refiere al consumo de los productos culturales que ha dejado Corea del Sur como son los K- dramas, k-pop, tecnología, comida y el deseo que tienen ya muchos de viajar a Corea, lo que le está dejando buenas ganancias económicas al país surcoreano por parte de los mexicanos.

Al inmaterial a lo que es intangible como la percepción, el gusto y las preferencias que tiene el receptor, antes se tenía una imagen negativa o difusa de Corea del Sur, ahora los mexicanos que se interesan quieren saber más de su país.

Se puede decir que los K- dramas le abrieron la puerta al k-pop. Aunque las seguidoras de estas historias no entendían lo que significaba la canción, la misma escena relacionaba la música y así empezaron a conocer los grupos coreanos.

Recapitulando, Super Junior, uno de los grupos más importantes de Corea, se presentó el 7 de noviembre del 2013 en México y en cuatro horas se agotaron las entradas. Antes, el Centro Cultural Coreano invitó por medio del club de fans, *Hato*, a todas las seguidoras a reunirse el 26 de octubre porque la prensa coreana iba a estar presente. Se unieron alrededor de dos mil jovencitas entre 15 y 20 años en la entrada del recinto que se ubica afuera del metro Polanco. Pancartas, gritos y bailes fue lo más visto del día y varios clubs de fans vitorearon el nombre de los 15 integrantes. Todo esto publicado en diferentes redes sociales, desde la página de Facebook de la embajada hasta de grupos de k-pop.

En su mayoría estos integrantes han protagonizado K- dramas, lo cual aumenta más la euforia al verlos más “humanos” y proyectar en esas historias las fantasías que tienen con ellos.

Usar al cantante del momento significa realizar los sueños y fantasías de sus seguidoras: “De esta forma las fanáticas refuerzan la conexión sentimental que sostienen con sus grupos favoritos a través de ésta y otras muchas forma de participación”⁶⁹. Esto puede ser también en shows de variedades.

Las redes sociales han influido tanto para que se globalice la Ola Coreana que si buscamos en google: *Facebook pages dorama* se encontrarán 459 mil páginas (en noviembre de 2013). Si buscamos *facebook pages kpop* serán 7 millones 240 mil páginas.

En el 2012 había más de 6 millones de seguidores del *Hallyu* en todo el mundo. En una encuesta realizada por las embajadas de Corea, existen 843 clubes relacionados con el *Hallyu* en 73 naciones. Por regiones, el número de fans alcanza los 5 millones 100 mil en Asia, 1 millón 200 mil en Norteamérica y 350 mil en Europa⁷⁰.

Facebook es la red social más popular en México ya que nueve de cada diez usuarios la utilizan, además el 87% de ellos afirmó acceder a diario y un 71% son

⁶⁹ Luis Antonio Vidal Pérez, “ Kpop: El *Hallyu* Wave en Perú, Atlantic Internacional University”, p, 6. http://www.academia.edu/3462423/Theories_and_Methodology_of_Investigation_-_Kpop_The_Hallyu_wave_in_Peru.

⁷⁰ “El *Hallyu* cuenta con 6,7 millones de seguidores en todo el mundo” <http://argentina.korean-culture.org/navigator.do?siteCode=argentina&langCode=argentina&menuCode=200903170186&action=VIEW&seq=43898>, consulta: 9 de noviembre de 2013.

menores de 25 años de edad⁷¹. Así que se hizo una encuesta en las diferentes páginas de Facebook sobre kpop y kdrama, las cuales fueron: *Hallyu Mexican Lovers* (7735 seguidores), *K-pop en México* (9546 seguidores), *The Heirs Latinoamérica* (8834 seguidores), *Mil y un Oppa* (18 843 seguidores), *Conciertos Kpop* (1065 seguidores), de las cuales contestaron 126 personas. Se usó Google drive para realizar el formulario que es el siguiente:

K- dramas y telenovelas coreanas

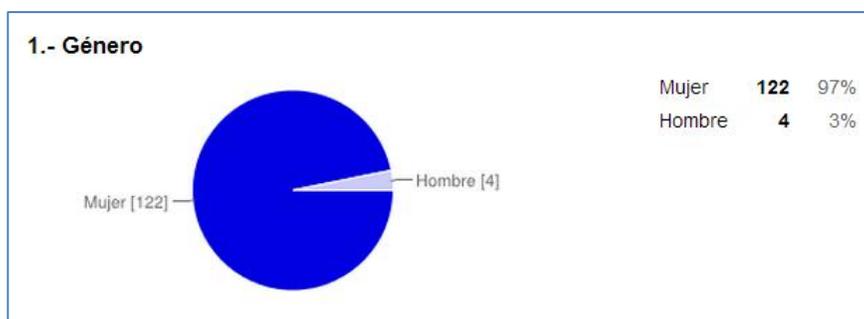
1.- Género <ul style="list-style-type: none"> • Mujer • Hombre 	2.- ¿Cuál es tu edad? <ul style="list-style-type: none"> • De 15 a 20 años • De 21 a 25 años • De 26 a 30 años • Más de 31 años 	3.- ¿A qué te dedicas? <ul style="list-style-type: none"> • Estudio • Trabajo • Estudio y trabajo • Desempleado
4.- ¿Eres de la ciudad de México y área metropolitana? En caso de ser de otro lugar, especifica. <ul style="list-style-type: none"> • Sí • Otro: 	5.- ¿A qué edad empezaste a ver dramas coreanos? <ul style="list-style-type: none"> • De 10 a 15 años • De 16 a 20 años • De 21 a 25 años • De 26 a 30 años • Más de 31 años 	6.- ¿En qué medio ves dramas coreanos? * <ul style="list-style-type: none"> • Televisión por cable • Televisión abierta • Internet • DVD'S
7.- ¿Qué dispositivos utilizas para verlos? <ul style="list-style-type: none"> • Televisión • Laptops o PC /Mac • Teléfonos móviles • Tablet o Ipad 	8.- Si ves los dramas coreanos en internet ¿Qué página utilizas? <ul style="list-style-type: none"> • Dramafever • Viki • Youtube • Doramasid • Daylimotion 	9.- ¿Cuál ha sido el drama coreano que más te ha gustado? <ul style="list-style-type: none"> • Boys Before Flower • Secret Garden • My lovely Sam Soon • Una Joya en el • Next Door • Lie to me • Faith • Escalera al cielo • Sonata de Invierno

⁷¹“Facebook es la red social más popular de México”, en Expreso, <http://www.expreso.com.mx/conexion/52-redes-sociales/46683-facebook-es-la-red-social-mas-popular-de-mexico-.html>, consulta: 2 de noviembre de 2013.

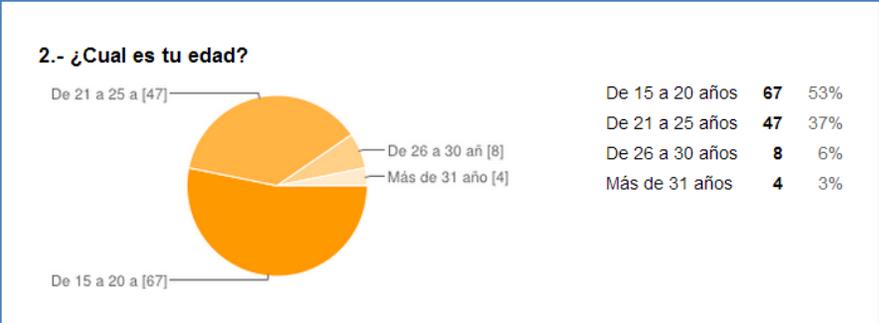
	<ul style="list-style-type: none"> Otro: 	<ul style="list-style-type: none"> Palacio You are beautiful Love rain City Hunter Palyfull Kiss Gu Family Book To the Beautiful You Flower Boys 	<ul style="list-style-type: none"> I hear your voice Otoño en mi corazón Dream High Personal Tate Heartstring Vals de Primavera Cinderella Unni Otro:
10.- ¿Cada cuando ves dramas coreanos? * <ul style="list-style-type: none"> Todos los días Una vez a la semana Cada fin de semana 	11.- ¿Cuántas horas al día ves dramas coreanos? * <ul style="list-style-type: none"> Una hora De dos a tres horas Más de tres horas 	12.- ¿Te gustan las telenovelas mexicanas? Si tu respuesta es no pasa a la pregunta 15 <ul style="list-style-type: none"> Sí No A veces 	
13.- ¿Qué es lo que te gusta de las telenovelas mexicanas? <ul style="list-style-type: none"> Las historias Los actores La música Los escenarios Otro: 	14.- ¿Qué es lo que te gusta de las telenovelas que no tienen los dramas coreanos? <ul style="list-style-type: none"> Mejores historias Mejores interpretaciones Actores favoritos Otro: 	15.- ¿Qué es lo que te gusta de los dramas coreanos que no tienen las telenovelas? * <ul style="list-style-type: none"> Historias diferentes Menor uso de la violencia y del sexo Actores atractivos Música atractiva Menos capítulos 	

Al principio la muestra iba a ser sólo del Distrito Federal y área Metropolitana, sin embargo, siendo una red social que llega a todas partes del mundo se decidió incluir a otras chicas de otros estados y países latinoamericanos. Los resultados son los siguientes:

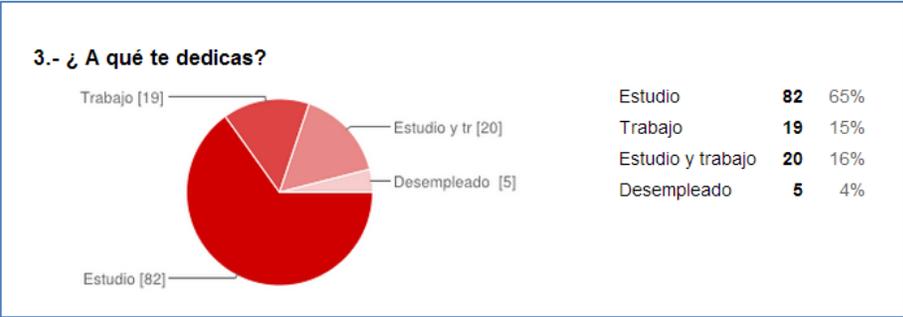
El 97% de 126 personas que respondieron fueron mujeres.



El 53% tiene una edad que va del rango de los 15 a los 20 años, seguido por los que tienen entre 21 y 25.

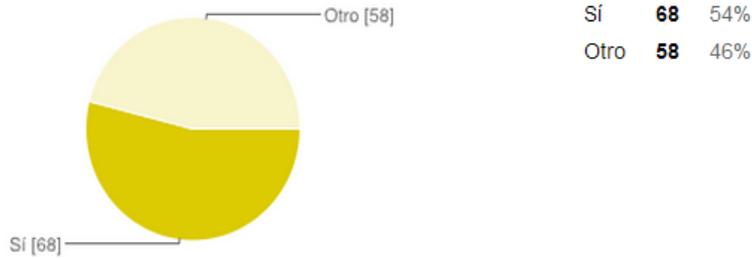


La mayoría de las personas encuestadas solamente estudia (65%), pero casi todas las personas encuestadas están haciendo una actividad.



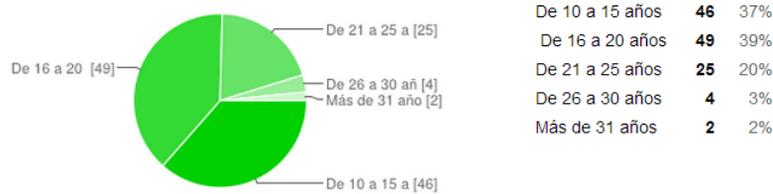
Sin embargo, poco más de la mitad es de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (54%). Contra el 46% de otros lugares que son países de Centro y Sudamérica con un 27% (destacamos Chile y Perú que fueron quienes más participaron) y 19% de otros estados de la República Mexicana.

4.- ¿Eres de la ciudad de México y área metropolitana?

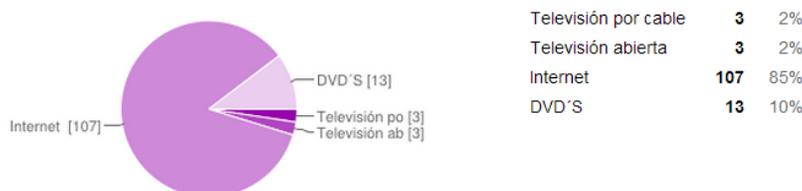


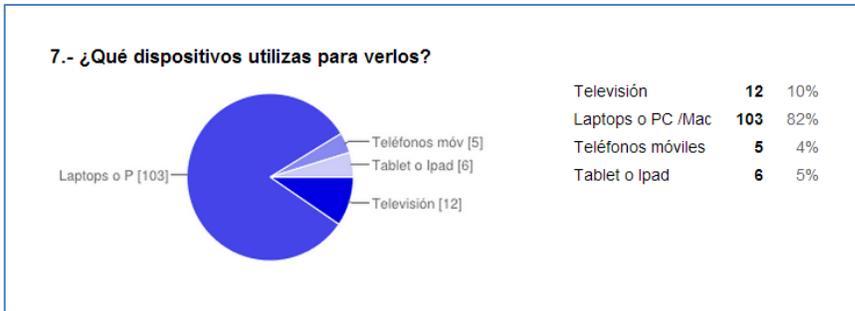
La mayoría de las personas encuestadas empezó a ver K- dramas entre los 16 y 20 años, la misma edad que dijeron que tenían. Casi todas respondieron que lo veían en internet (85%), por lo tanto, respondieron que veían sus series en Laptops o PC /Mac (82%)

5.- ¿A qué edad empezaste a ver dramas coreanos?

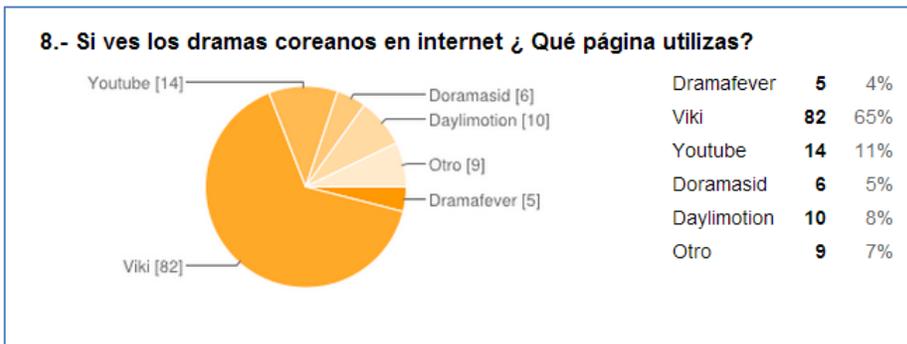


6.- ¿En qué medio ves dramas coreanos?

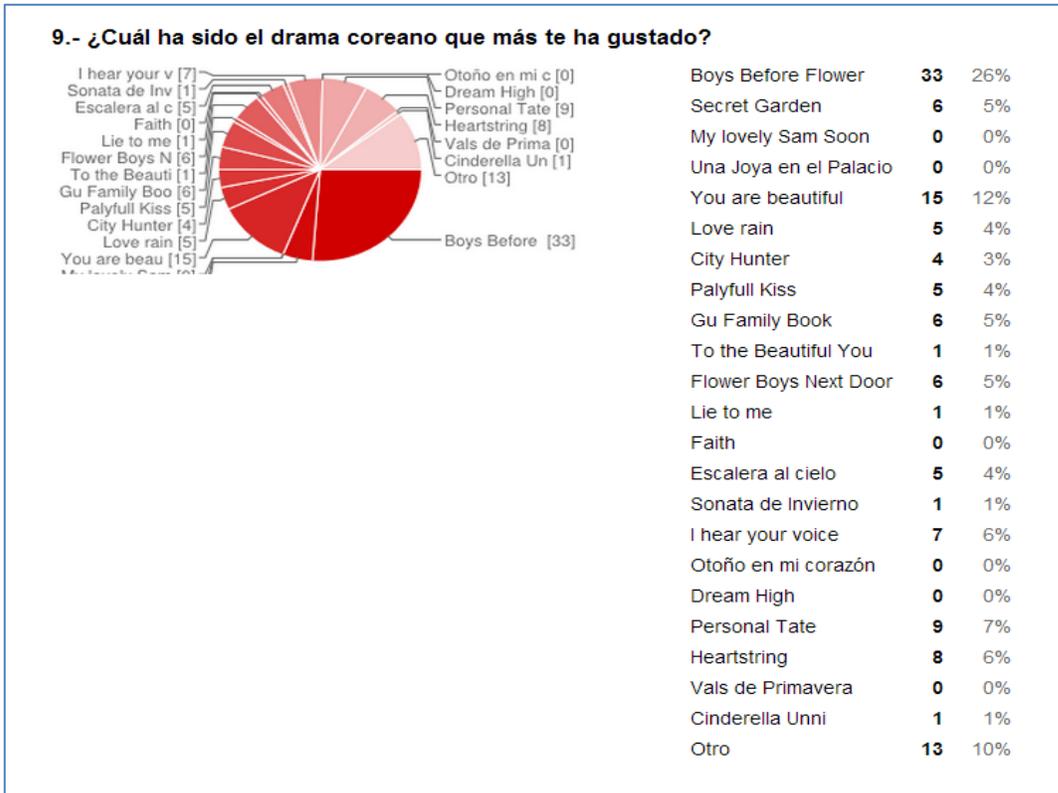




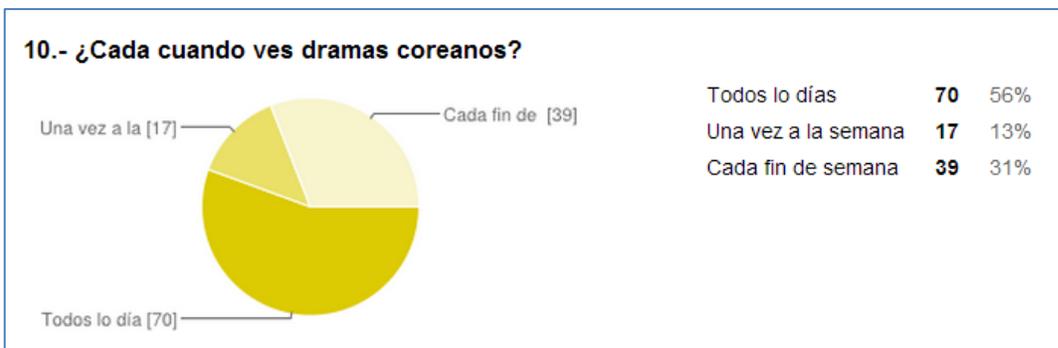
Viki es una página web donde transmite programas de Corea, Taiwán, China, Japón y Venezuela. Tiene más de 100 idiomas para los subtítulos y los usuarios son los que hacen ese trabajo. Por lo que no es de dudar que al tener mucha variedad sea la página más vista para ver K- dramas con el 65%.



El 26% de las personas encuestadas contestó que Boys Before Flowers (también conocida como Boys Over Flowes) es su drama coreano favorito.

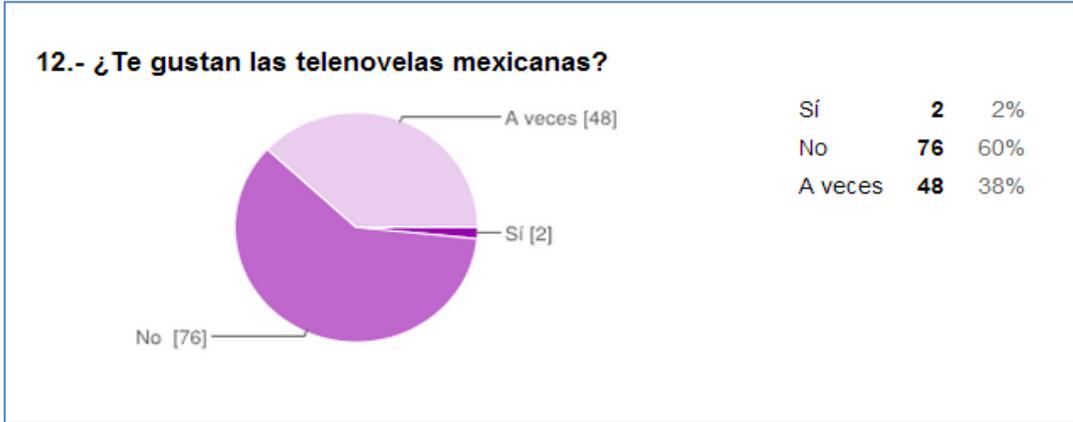


En cuanto al consumo el 56% respondió que veía estas historias todos los días entre dos a tres horas (50%).

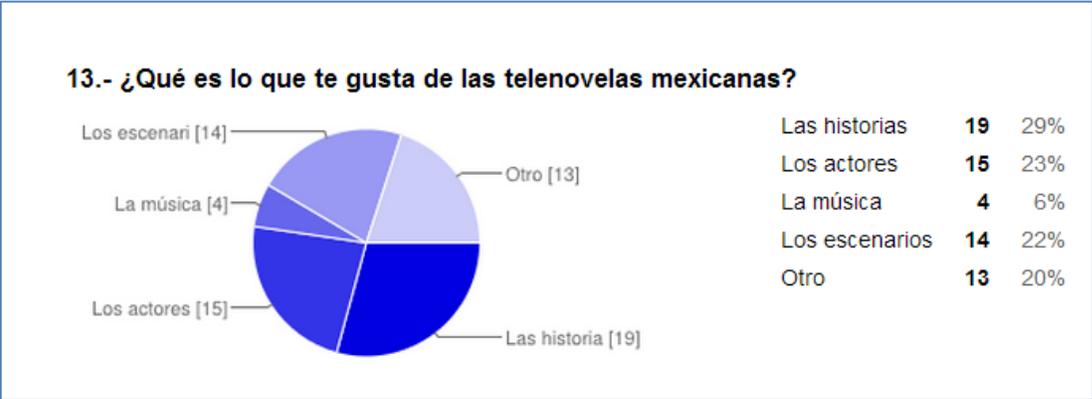




Se decidió preguntarles a las personas que les gustan los K- dramas si también les gustaba las telenovelas mexicanas, sin embargo, el 60% respondió que no y el 48% que a veces.



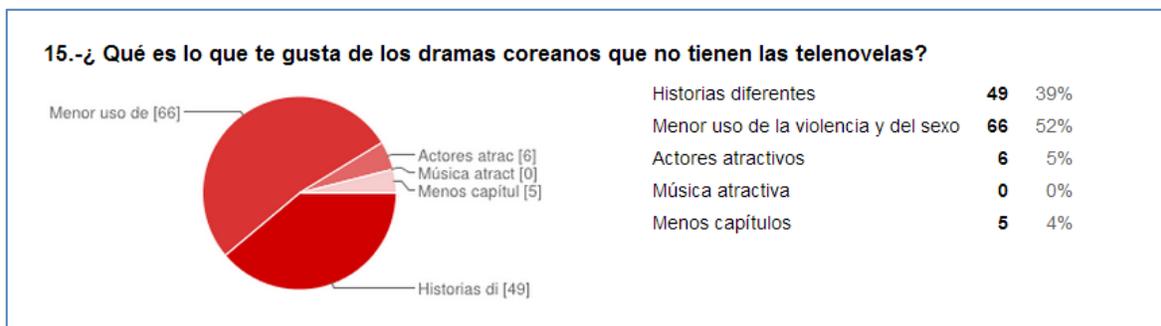
Las personas que respondieron que sí les gustaban las telenovelas mexicanas contestaron que lo que más les agradaba eran las historias con 29%, seguido con actores, 23%, y escenarios, 22%.



Pero cuando se les preguntó qué era lo que les gustaba de las telenovelas que no tenían los dramas coreanos, la mayoría respondió por la opción de “otro”, sin embargo, casi todos escribieron que nada les gustaba de las telenovelas mexicanas.



En la última pregunta, el 52% respondió que lo que les gustaba de los K- dramas, y no tenían las telenovelas mexicanas, es que usan menos la violencia y el sexo.



A partir de la encuesta realizada por internet que dio como mejor k-drama *Boys Before Flowers* haremos una comparación con *Rebelde*, que ha sido la telenovela más vista por el público juvenil en México.

3.4 Ser rebelde para la televisión

Existen aproximadamente más de 50 grupos musicales de chicas y chicos surcoreanos. En México actualmente son cuatro, cuyos integrantes tienen más de treinta años de edad (OV7, Camila y Rio Roma y Reik). En el 2004 surgió por la telenovela *Rebelde*, el grupo musical RBD, pero sólo duró cinco años y lanzaron cinco discos. Fue todo un estudio de mercadotecnia que como se mencionó en el primer capítulo, la televisión se salió a las calles y la vimos en forma de ropa escolar, mochilas, libretas, accesorios para celular, muñecas de plástico, pues *Rebelde* estaba sugiriendo a las niñas lo que deseaban de grandes.

¿Cuál es el momento exacto en que empezamos a elegir nuestras vidas? ¿Quién le tomó exámenes a nuestros padres para saber si son capaces de elegir lo mejor para nosotros? Cuando nos eligen un colegio ¿Son conscientes que ese lugar marcará nuestra historia para siempre?

Este es el discurso de entrada del primer capítulo de *Rebelde*, mientras muestra imágenes de niños de un kínder en su salón de clase en color blanco y negro.

Más de un millón de jóvenes entre 15 y 20 años vieron la telenovela *Rebelde* transmitida del 2004 al 2006. La historia fue un remake de la telenovela argentina *Rebelde Way*, cuya creadora fue Cris Morena quien tiene en su haber varios títulos juveniles de igual o mayor impacto como *Patito Feo*, *Casi Ángeles*, *Floricienta*, *Amor Mío*, etc. Casi todos ellos han sido vendidos y adaptados en México.

Rebelde cuenta la historia de un grupo de jóvenes de clase alta, y uno que otro de clase media y baja, que conviven en un instituto privado donde se crean todos los conflictos. Mia, Roberta, Diego y Miguel, son los protagonistas de esta historia, los primeros tres son de nivel socioeconómico alto.

Esta escuela es un internado. La niña rica y mimada, Mía, se enamora de Miguel quien quiere vengarse de la muerte de su padre, cuyo culpable es el padre de Mía. Diego es hijo de un político y se enamora de la conflictiva Roberta quien es hija de una cantante grupera. Los cuatro tienen conflictos familiares, por lo que el público joven de hace casi una década se sentía identificado con ellos.

Foucault apunta que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad⁷².

Esperanza Florián Chacón, en su tesis *Rebelde: propuesta muy conservadora para los jóvenes latinoamericanos* indica que es una propuesta de reconocimiento para los adolescentes y una ruta de búsqueda a la identidad pero que no precisamente encamina hacia la identidad sino hacia el consumo. “Rebelde no es la muestra de los jóvenes rebeldes, hace todo lo contrario, borra todos los signos de rebeldía y pone en pantalla a adolescentes sometidos y promotores de los condicionamientos que el mundo actual impone”⁷³.

Las televisoras han dejado a un lado el público infantil para fusionarlo al público juvenil como si fueran uno mismo. La última telenovela infantil-juvenil fue *Atrévete a Soñar* en el 2009 y siguió la misma línea de Rebelde: crea un grupo musical, realizar varias giras en distintos puntos de país, vender varios accesorios de la telenovela... mercantilizar la historia.

Ser estrella musical, del cine o de la televisión se convierte entonces en un valor de la era de la informática⁷⁴. Gestos y formas se pensar son adoptadas por niños y preadolescentes.

⁷² Foucault, cit.pos., Florian Chacón, Esperanza, *Rebelde: propuesta muy conservadora para los jóvenes latinoamericanos*, tesis, Colombia, Comunicación Social, Universidad Cooperativa de Colombia, 2008, p.9.

⁷³ *Ídem*.

⁷⁴ *Ibidem*, p. 35.

En un estudio sobre la influencia de las Telenovelas en los jóvenes, hecho por estudiantes de la UVM Tlalpan a 150 mujeres de dieciocho y veinticinco años en el año 2007, se les preguntó acerca de las telenovelas de ese momento: *Rebelde* y *Amor en custodia*, ambas del 2006 cuyas protagonistas muestran actitudes egocentristas, de estar a la moda y ser admiradas por ello⁷⁵.

Se usaron frases como “Cero que te influya”, “Cómprate un mapa y piérdete” “Es difícil ser yo” de las cuales muchas jóvenes demostraron reconocer a esos personajes por las frases y sobre todo cambió la percepción de la palabra rebelde a esa idea de las telenovelas: niñas mimadas que responden ante cualquier individuo, chicas y que se salen con la suya que usan minifaldas sin beneficio a alguien o a una sociedad, sólo propio.

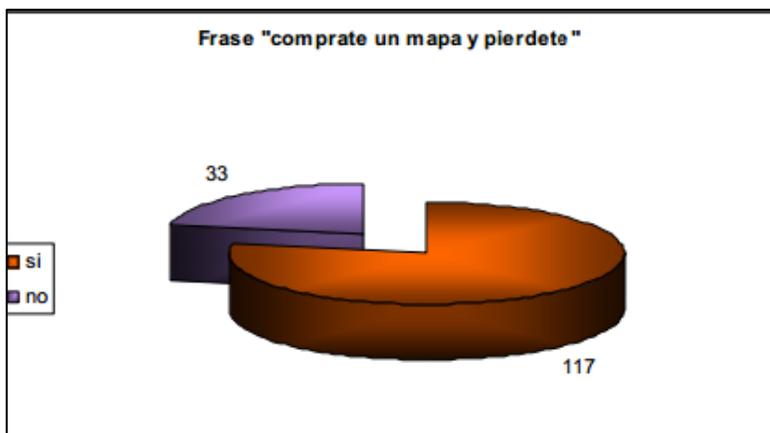
108 personas de 150 encuestadas reconocían la frase “Qué difícil es ser yo”



Fuente: Oscar Briceño, Christian García, Carlos, 2007, Influencia de las Telenovelas en los Jóvenes, acceso 23 de mayo de 2012

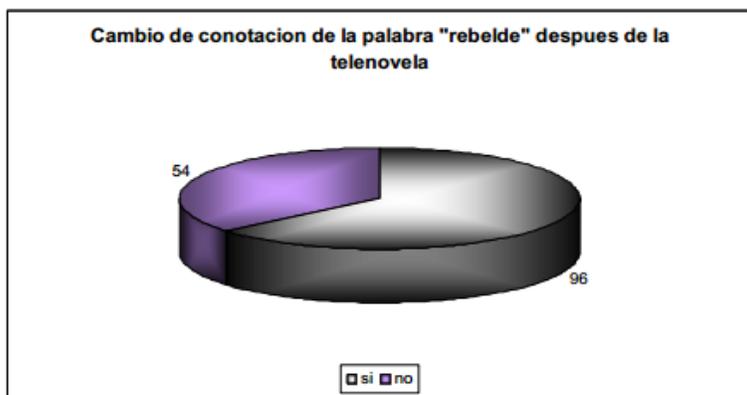
⁷⁵ Oscar Briceño, Christian García, Carlos Lara y otros colaboradores., “Influencia de las Telenovelas en los Jóvenes”, 2007, p.14-15.
http://www.tlalpan.uvmnet.edu/oiid/download/Telenovelas%20j%C3%B3venes_04_CS0_COM_PIC_E.pdf, acceso 21 de mayo de 2012

117 personas de 150 encuestadas reconocían la frase “cómprate un mapa y piérdete”



Fuente: Oscar Briceño, Christian García, Carlos, 2007, Influencia de las Telenovelas en los Jóvenes, acceso 23 de mayo de 2012

96 personas encuestadas de 150 encuestadas por ciento cambiaron su connotación de rebelde



Fuente: Oscar Briceño, Christian García, Carlos, 2007, Influencia de las Telenovelas en los Jóvenes, acceso 23 de mayo de 2012

Televisa ha estado haciendo esfuerzos para recuperar la audiencia juvenil e infantil, por ello la última emisión en el 2012 fue *Miss XV* con un rating en televisión abierta de 6.4. La historia se suponía iba a ser un remake de la ochentera historia de *Quinceañera*, sin embargo, se perdió entre situaciones absurdas en una pelea por cuál de las dos quinceañeras iba a tener la mejor fiesta.

El público joven- infantil empieza a dejar de ver la tele y esto puede que preocupe a las televisoras, sin embargo, con los ejemplos anteriores nos damos cuenta que no hacen un esfuerzo para entender ese público, más bien, ni intenta saber qué es lo que desean ver.

La única televisora preocupada en ese público es Once TV, con varias producciones como *El Diván de Valentina*, *Futboleros* y la actual *Kipatla*, donde los niños abordan temas de discriminación.

Apunta Guillermo Orozco que éstos asumen un rol activo y propositivo porque —a diferencia de los niños representados en las series norteamericanas o en los programas que Televisa adapta para sus audiencias infantiles-juveniles en *Kipatla*, la violencia, los insultos y la discriminación no constituyen asunto de risa, sino un aspecto serio que debe pensarse y reflexionar, no desde la mirada adulta sino desde la propia expresión de la niñez⁷⁶.

En promedio, por año, de acuerdo a Obitel México e IBOPE AGB, el rating que generan estas audiencias decrece entre un 1 y 1.5 puntos (aproximadamente 520

⁷⁶ *Ídem*

mil televidentes) por año⁷⁷. Televisa y TV Azteca se olvida que esta audiencia crecerá y que si no hacen algo para atraerlos en los próximos años buscarán otros medios para entretenerse. No sólo las series estadounidenses sino las asiáticas que han estado en auge en los últimos años.

Las telenovelas mexicanas tienen más de 200 capítulos puesto que con esto se ahorran dinero y ganan más por los espacios publicitarios:

“Este elemento es esencial para una compañía de este tipo, pues casi la mitad de sus ganancias provienen de la venta publicitaria en la televisión abierta nacional. Sin excepción, cada melodrama que construye Televisa debe ser funcional a la organización (que lo produce), a los anunciantes (que aportan la mayor parte del capital), al poder político (que establece límites y posibilidades legales para la acción del medio) y a la audiencia (que debe encontrar cierta gratificación al consumir el género). Esto determina las decisiones internas-estructurales de la empresa en la creación del género telenovela”⁷⁸.

3.4 Los chicos guapos son mejores que las flores

(Dos comentaristas de noticias comentan) La Corporación coreana Shinwa Group ha sido seleccionada para ser el patrocinador corporativo de las olimpiadas de Londres 2011. (Varios noticieros extranjeros empiezan a comentar también). El crecimiento económico de Corea del Sur comenzó, esto ha mantenido el estado de la mejor empresa, que fue creciendo y creciendo hasta llegar al nivel de una corporación multinacional de renombre. Su nombre es Shinwa (se abre la toma para mostrar cientos de autos agrupados) electrónica, petróleo, automóviles,

⁷⁷ Guillermo Orozco y Darwin Franco, “¿Dónde quedó la ficción infantil?”, Revista Zócalo, 30 de Noviembre de 2012, http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3260, consulta: 28 de octubre de 2013.

⁷⁸ Frambel Lizárraga Salas, cit. pos, Aram Vidal Alejandro, *Producción de telenovelas de Televisa*, tesis de maestría, México, Comunicación, UNAM. 2011, pp. 100.

distribución y telecomunicaciones. Si usted es un ciudadano de Corea del Sur, usted conoce el nombre de Shinwa antes que conocer el nombre del presidente, han creado un impero y por lo tanto es el conglomerado más grande de Corea. Un día ellos habían logrado aumentar sus importaciones a un billón de won, y fueron invitados a la Caza Azul (Casa Blanca), y el fundador de esta empresa en vez de recibir una medalla dijo, "Sr. Presidente, permítame construir una escuela donde mis nietos puedan asistir". Y entonces ahí estaba la escuela Shinwa, la primera escuela de Corea en ser respaldada por el presidente, quién creía que el progreso económico era más importante que la educación e incluso hizo leyes especiales para dar cabida a la escuela y ahora hay un refrán "si usted no tiene a la escuela Shinwa en su currículo, no se moleste en aplicar". Esta es una escuela hecha para el 1% a la que asistirán el 1% y apta para el 1% y por lo tanto ha mantenido la reputación de la mejor escuela de la elite. La mayoría de la gente común, incluso si ellos aplicarán desde que nacen ellos no podrían entrar al jardín de niños Shinwa, pero cuando son aceptados entonces tienen el camino pavimentado sin escalas a la elemental, media, instituto y aún a la universidad. Es objeto de celos y temor para el resto de los estudiantes nacionales y para los padres que sufren de las admisiones difíciles a las universidades. Sin embargo en el instituto Shinwa, una escuela para los elegidos, algo inimaginable pasaba...

Esta es la entrada del primer capítulo de *Boys Before Flowers*, es una demostración del poder adquisitivo que está teniendo Corea del Sur y del impacto que tiene en otros países extranjeros. Anteriormente se mencionó que *Boys Before Flowers* ha sido una de los K- dramas más importantes de la industria,

pues supo manejar en un contexto escolar algunas de problemáticas de los jóvenes, quizá una de ellos fue el bullying y eso es lo inimaginable que pasa en ese instituto, un joven es perseguido y golpeado, intenta aventarse de un edificio pero la protagonista, Jan Di, lo salva. Para evitar escándalos la escuela beca a la chica.

La protagonista sufrió de ataques al inicio de la historia por haber enfrentado al líder de los F4, que eran cuatro jóvenes apuestos de alto rango en la sociedad, pero ambos terminaron enamorándose.

De hecho, el éxito de esta historia es la concentración de chicos atractivos y una joven protagonista que si bien no es fea, tampoco es la más bonita, es tan normal que incluso en varios foros se cuenta que fue aceptada en la serie porque físicamente se veía como una chica humilde.

Entonces las chicas comunes y corrientes de Seúl y de todo el mundo, podrían proyectarse mejor con la chica humilde que se revela y enamora a los dos chicos más guapos de la escuela, incluso esa proyección fue más allá de ese continente y rebasó Europa hasta llegar a América. Estados Unidos está preparando una remake de esta historia cuya versión original es un manga.

Boys Before Flowers también se caracteriza por demostrar que el protagonista, Jum Pyo, y sus compañeros tienen el suficiente dinero para tener una casa con enormes jardines, una isla propia y carros de último modelo. La vida de los F4 es libre, con un club propio y chicas a su alrededor.

Lo mismo pasó con *Rebelde* donde la escuela era para jóvenes ricos donde también tenían sus lujos: “Bienvenido al Elite Way School, o debería de decir el camino de los privilegiados, se oye algo raro ¿no? Este es el colegio exclusivo del país a donde sólo la elite puede entrar, a menos de que te apliques y solicites una beca, entonces si pasas el examen serás parte de los becados. Pero esa es otra historia que aún falta por contar. El Elite Way es un colegio internado con todas las comodidades que te puedas imaginar. Cuenta con computadoras, gimnasio, un play room o salón de juegos con cafetería y pantalla gigante de televisión, dos albercas, campo de golf, en fin, unos enormes dormitorios que están hechos como para que te sientas en tu casa... este es un lugar donde te encantaría estudiar, porque a pesar de que puede ser conservador y estricto, aquí todo puede pasar...”

Ambas historias se basan en jóvenes de clase alta y muy pocos de clase media o baja. Uno de los protagonistas es pobre pues es alentador para las chicas que un chico adinerado se enamora de una chica humilde.

Después de que los actores protagonizaron esas historias se convirtieron en toda una celebridad, pues en *Rebelde* sacaron discos e hicieron conciertos. En Corea, el actor protagonizó esta historia se convirtió en una de los actores más rentables de su país.

Muchos cantantes y actores surcoreanos tienen que ser atractivos y delgados, de ahí que en ese país aumenten las cirugías plásticas y que también atraigan a extranjeros para practicarlas ahí. Los ojos occidentalizados y la cirugía del mentón son los más pedidos. Chicas de Vietnam y Japón quieren parecerse a su actriz

coreana favorita, que a su vez es muy probable que haya estado operada, pues para lanzarse como estrellas de televisión tienen que pasar por varios años de entrenamiento. “En 2011, se practicaron en el país un total de 649 mil 938 procedimientos cosméticos, según la Sociedad Internacional de Cirugía Estética, lo que equivale a 13 operaciones por cada mil personas, la cifra más elevada del mundo”⁷⁹.

“Foco de moda es más una figura de moda en sí misma, en cuanto a ser para la seducción y quinta esencia moderna de la seducción. Lo que caracteriza es la magia irremplazable de su aparición y el star-system puede ser definido como la fábrica encantada de imágenes de seducción. Producto de moda, la Star debe agradar, la belleza, aunque no sea ni absolutamente necesaria ni suficiente, es uno de los atributos principales. Una belleza que exige puesta en escena, artificio, recreación estética: los medios más sofisticados, maquillaje, fotos, ángulos estudiados, trajes, cirugía plástica, masajes, son utilizados para confeccionar la imagen incomparable, la embrujadora seducción de la estrellas. Al igual que la moda, la Star es una construcción artificial y si la moda es estética del vestido, el star-system es una estética del actor, de su rostro y de toda su individualidad”⁸⁰.

Lo que fue *Rebelde* y *Boys Before Flowers* son una reflejo de que los grandes medios desean crear consumidores a partir de estándares de belleza y de lujo. Seong Hoa Hong, embajador de Corea del Sur en México, comentó que tanto los K- dramas como las telenovelas mexicanas enfatizan el amor y se centran en el

⁷⁹ “Cirugías plásticas estilo Gangnam atraen a miles a Seúl”, El Financiero en línea, <http://www.elfinanciero.com.mx/no-te-lo-pierdas/139-no-te-pierdas/35592-cirugias-plasticas-estilo-gangnam-atraen-a-miles-de-turistas.html>, consulta el 29 de octubre de 2013.

⁸⁰ Lipovetsky Gilles, *El imperio de lo efímero*. Ed. Anagrama. Barcelona, 2004, p.243.

valor de las familias. Pero en los K- dramas, el televidente lo capta de manera fácil porque son muy pocos capítulos⁸¹.

La teoría crítica indica que las industrias culturales envían mensajes que se entiendan de manera fácil, haciendo que el producto cultural se consuma rápidamente. Por lo que *Rebelde*, aunque duró más de cuatrocientos capítulos, el productor Pedro Damián hizo tres temporadas durante ese tiempo, agregando a personajes atractivos visualmente, lanzando cinco discos, aún después de que terminó la historia, y una gama de productos con marca Rebelde.

Boys Before Flower tuvo sólo 25 capítulos y al final un especial del encuentro de los F4, sin embargo, en el 2013 se lanzó una historia similar *The Heirs*, con el mismo actor protagonista, Lee Min Ho.

⁸¹ *Alta Definición*, Proyecto 40 (televisión abierta), sábado, 26 de octubre de 2013, 20:00 hrs.

Capítulo 4

El derecho de soñar es parte de todo el mundo

4.1 El papel de la mujer en los melodramas de ambos continentes, siguiendo con *Boys Before Flowers* y *Rebelde*

A lo largo de la investigación nos hemos topado con la imagen que tiene la mujer en las producciones de ambos lados, por lo que al final se considera que es importante hacer un análisis sobre esto, claro que para ello se necesitaría hacer otra tesis, pero no se quiere pasar por alto el papel que tiene el género femenino en estas emisiones, sobre todo ahora en los K- dramas.

De las telenovelas hemos aprendido a adquirir modos de vestir y de hablar, como si de eso fuera nuestra identidad, de hecho, hemos aprendido a sentir pues es normal que se nos caracterice como melodramáticos, sobre todo en las mujeres, que al ser reciclada la historia de Cenicienta una y otra vez, se ha transmitido esa forma de pensar.

Ni los K- dramas están tan lejos de eso ya que sigue siendo la mujer la que espera a ser rescatada, pues Corea del Sur es más conservador ante las mujeres a quienes se les exige ser atractivas y no tener muchos novios para poder ser tomada en serio.

Esta imagen tomada de la fan page *Doramas* representa a grandes rasgos las relaciones que existen entre mujeres y hombres en los K- dramas:



<https://www.facebook.com/doramasclub>

Comparemos las historias que han sido elegidas: *Boys Before Flowers* y *Rebelde*: En *Rebelde*, el protagonista principal es un de familia humilde quien intenta vengarse del señor Colucci por la muerte de su padre. Curiosamente la chica con la que se enamora es la hija de este señor. Así que una escena de su relación es la siguiente:

Miguel: (sentado en su cama llorando) No pude hacer lo que quería con Colucci. Perdóname papá, pero no voy a detenerme hasta vengarme de este tipo.... Sí.

Mía: (entra a su cuarto muy molesta) A ti te estaba buscando

Miguel: Que no sabes que está prohibido que las mujeres entren al cuarto de los hombres

Mía: ¡Eso no me importa! En este momento me vas a decir qué es lo que buscas.

Miguel: ¿De qué me hablas?

Mía: ¿De qué te hablo? De que primero vas y te haces el niño bueno con mi papá ¿no? Después le sacas información mía a Selina, y ahora mandas a Giovanni a que esculque mis cosas (lo empuja) ¿Qué es lo que quieres tarado? ¡Contéstame! ¡Habla poco hombre! Eres un asco Miguel (golpea varias veces la cara de Miguel) contéstame en este momento... ¿qué quieres?

Miguel: (Gritando) Mía ya bájale a tu ego ¿sí? Tú no eres el ombligo del mundo ¿no te das cuenta? Aparte hay chavas mucho más lindas y menos huecas y frívolas como tú.

Mía: Estúpido... estúpido... a mí no me hablas así.

Miguel: (la agarra de los brazos) Te estoy hablando.

Mía: Suéltame, suéltame.



Mía y Miguel

Miguel la besa y se quedan así durante diez segundos.

Mía: Estás loco.

Miguel: Sí... no, no... fue lo único que se me ocurrió para detenerte, pero no vayas a pensar que...

Mía: No, no, no, no creas que ni al caso... tú y yo nada.

Miguel: (suspira) Igual yo nada.

Mía termina enamorándose de Miguel, aun pasando por varios obstáculos, incluso sus propios prejuicios, ya que es una persona muy engreída y superficial, y perdona que Miguel haya querido vengarse de su padre. La escena puede percibirse un poco agresiva, como si Miguel intentará tener control sobre ella, aunque sus impulsos también eran amorosos.

Boys Before Flowers

Jan Di camina por el jardín de la escuela buscando a Ji Hoo donde siempre se queda a tocar el violín, pero no lo encuentra. Al frustrar su búsqueda se encuentra con Jun Pyo.

Jun Pyo: ¿Estás decepcionada porque no soy la persona que a la que quería ver?

Jan Di: Jun Pyo ¿por qué estás...

Jun Pyo: ¿Qué? ¿No puedo venir aquí? ¿Ustedes dos han reservado este lugar?

Jan Di decide irse pero un Pyo la jala del brazo.

Jun Pyo: (molesto) ¿A dónde vas?

Jan Di: No tengo nada que decirte, me voy a casa ¿por qué?

Jun Pyo: Yo sí tengo.

Jan Di: ¿Qué quieres?

Jun Pyo: Tengo algo que decir...

Jan Di: Suéltame y habla.

Jun Pyo: ¿Quién crees que eres? ¿Crees que puedes jugar conmigo? ¿Jugar con el gran F4?

Jan Di: ¿Quién está jugando con quién? ¡Suéltame!

Jun Pyo: Estoy dejándote ir porque creo que eres linda ¿Soy una broma? No sé si tú lo sabes, pero no soy la clase de persona que devuelve lo que se ha hecho para ella. Estoy insatisfecho con devolver lo mío.

La toma del suéter y la jala hacia él

Jan Di: (preocupada) qué haces

Él intenta besarla pero ella se niega gritando que no quiere hasta que la suelta.

Jun Pyo: ¿Tan odioso soy? Se retira y deja llorando a Jan Di.

<http://www.youtube.com/watch?v=JgUyEFAgixU>



Jun Pyo y Jan Di

Jun Pyo desde el inicio de la serie se mostró como un tipo arrogante, no soportaba perder, por lo que al ver que Jan Di no caía en su juego de molestarla e incluso torturarla con burlas por parte de sus compañeros, empezó a fijarse más en ella hasta enamorarse. Al final Jan Di también se enamora de él, pasan por varios obstáculos, entre ellos la madre de Jun Pyo.

En esta escena Jun Pyo no soporta saber que Jan Di está enamorada de su amigo Ji Hoo, por lo que intenta tenerla de varios modos, antes de esta escena la secuestra y la lleva a su casa donde la arregla con ropa cara, pero es rechazado.

En México la mayoría de las telenovelas tiene nombre de mujer: *Esmeralda, María Isabel, Rubí, Teresa, etc.*, pues como comenta la productora Mapat, el 85 por ciento que ven telenovelas son mujeres y con estas producciones se identifican⁸².

Las mujeres se apropian de las telenovelas y si triunfa la protagonista ellas también lo hacen, si encuentra su identidad, ellas también lo encuentran.

“La anagnórisis que culmina un largo camino de pasiones y emociones, produce una posibilidad de escape a los problemas y una sensación de alivio: la catarsis. La catarsis es posible gracias a que el espectador se identifica con la ilusión de cotidianeidad que la telenovela construye: su vida es un melodrama que ve en la pantalla, se ve a sí mismo/a y comparte esta satisfacción con una comunidad cercana. Experimentar la catarsis como principio que reordena el largo camino pasional hacia la anagnórisis puede llevar a televidentes a confundir ficción con referente real”⁸³.

Por lo que muchas chicas se sentían identificadas con Jan Di por ser una chica humilde, y en México muchas querían ser como Mía, que hasta copiaban sus frases y se ponían una estrella en la frente, como lo hacía la actriz.

⁸² Daniela Pérez, “Las telenovelas tienen nombre de mujer”, en Publimetro, <http://www.publimetro.com.mx/entretenimiento/las-telenovelas-tienen-nombre-de-mujer/pkcg!udV4v@Libj7nchzM0M49Rw/>, acceso el 11 de noviembre de 2013.

⁸³ Rocío Quispe-Agnoli, "Pathos, Ethos y Catarsis: la telenovela latinoamericana como apoteosis del melodrama.", p.14, http://www.academia.edu/1104198/_Pathos_Ethos_y_Catarsis_la_telenovela_latinoamericana_como_apoteosis_del_melodrama, consulta: 11 de noviembre de 2013.

4.2 El físico es lo que importa

México ocupa el quinto lugar de cirugías estéticas, y en Corea del Sur una de cada cinco mujeres se ha sometido a algún tipo de cirugía, sobre todo en Seúl. Todo esto debido al auge del k-pop y los K- dramas donde cada vez se quieren parecer a su actriz favorita. De igual modo los estándares de belleza de las telenovelas mexicanas son cada vez inalcanzables.

Parece que la apariencia de juventud es lo que más importa en la mujer hoy en día, no interesa su experiencia ni los conocimientos que ha adquirido, por lo menos no en el entretenimiento, sólo interesa su físico.

Las amas de casa, quien es la que ve más telenovelas, desearían tener una vida y un cuerpo así. Las jóvenes que empiezan a consumir más los K- dramas, de igual forma, desean un hombre y una vida como la de las protagonistas.

4.2.1 El hombre perfecto

“Mi sueño es ir a estudiar a Corea del Sur y casarme con un coreano” dice emocionada Amairani quien tiene 16 años y aunque no quedó seleccionada en la escuela donde deseaba cursar su bachillerato, toma clases de coreano en el Centro Cultural Coreano. Si se les pregunta más chicas como Andrea que tiene 20 años, de igual manera responde que desearía tener un novio coreano porque en los K- dramas no sólo son guapos sino tiernos.

Pero del otro lado del continente Hyunchoe Shin, estudiante universitaria quien habita en Seúl comenta: “me gustan los dramas coreanos porque son muy

interesantes y reflejan lo que no puede ocurrir en realidad, por eso pienso que las mujeres coreanas es tan satisfechas por verlo”.

Respecto a los hombres retratados en los K- dramas apunta: “los hombres de telenovela son solamente hombres ficticios. En muchos casos son guapos, ricos y majos y el fondo también es exagerado”.

Al venir de una sociedad un poco conservadora, los hombres de Corea se les suele caracterizar como algo fríos en su trato.

Pero esta idea va mucho más allá. En provincias de Corea del Sur los hombres suelen ir a una agencia para encontrar esposa atractiva en otros países como Vietnam. Este país que se encuentra cerca de Corea del Sur, también lo ha alcanzado la Ola Coreana, por lo que muchas mujeres vietnamitas creen que encontrarán a un hombre parecido a las historias que muestran, y porque el país se encuentra económicamente bien y pueden ayudar a sus familias.

Pero la realidad es otra, muchos de los surcoreanos que recurren a este tipo de servicios apenas cubren con sus humildes ingresos de los gastos diarios del hogar y algunos, al haber invertido gran parte o todos sus ahorros, exigen a su esposa una total sumisión en los ámbitos doméstico, familiar y sexual. Creyendo ellos que han comprado un producto al que deben exigirle, por lo que 40 por ciento sufre de alguna agresión⁸⁴.

⁸⁴ “El amor tiene precio en Corea del Sur”, en El tiempo, <http://m.eltiempo.com/mundo/asia/el-amor-tiene-precio-en-corea-del-sur/12314773>, consulta: 11 de noviembre de 2013.

“Según datos del Gobierno de Seúl, en Corea del Sur viven 50.000 mujeres vietnamitas casadas con ciudadanos de ese país”⁸⁵. Por lo que el gobierno da incluso clases para tratar a su esposo coreano y así evitar un fuerte choque cultural.

La idea conservadora contrasta con su actual presidente, Park Chung-hee, una mujer de 60 años que no tiene ni esposo ni hijos, pero que sabe manejar muy bien a su país.

En México han existido telenovelas cuya protagonista viene de un entorno rural como *María Isabel* y la más actual *Corazón Indomable*, ambas han tenido bastante aceptación entre el público mexicano, esas historias son las que más agradan por la “superación” de la chica.

“El máximo anhelo, compartido por todas, es que la protagonista llegue a ser 'Señora', y esposa del patrón. Esto es el resultado esperado de un comportamiento acorde con las normas tradicionales de género propias del patriarcalismo; es decir, ser buena, bonita, dedicada al cuidado de los demás y sumisa”⁸⁶.

Marisol de cuarenta años comenta: “las telenovelas de antes como *María Isabel*, mostraban a una mujer luchona y eso me gustaba. Ahora todas son licenciadas y

⁸⁵ “Mujeres vietnamitas reciben clases para tratar a sus esposos surcoreanos” (Reuters), en El Comercio, <http://elcomercio.pe/actualidad/1584207/noticia-mujeres-vietnamitas-esposos-surcoreanos-reciben-curiosas-clases>, consulta: 11 de noviembre de 2013.

⁸⁶ Servén Durin y Natalia Vásquez, “Heroínas-sirvientas, Análisis de las representaciones de trabajadoras domésticas en telenovelas mexicanas”, p.41, http://www.academia.edu/3611010/Heroinas-sirvientas_Analisis_de_las_representaciones_de_trabajadoras_domesticas_en_telenovelas_mexicanas, acceso: 12 de noviembre de 2013.

parece que te dicen que sólo se casarán contigo si tienes la licenciatura para apoyar a la casa”.

Es cierto que actualmente las historias ya muestran más a una mujer profesionalista como *Porque el amor manda* (2013) donde la protagonista era jefa de departamento y se enamora de su asistente. O las favoritas como *Rubí* (2004) y *Teresa* (2010) donde hacen cualquier cosa para conseguir sus objetivos. “Me gustó Teresa porque se salía con la suya” comenta riendo Gris de 29 años quien tiene un negocio de ropa para bebé.

Denisse Pfeiffer comenta sobre las telenovelas que escribe: “La mujer es la protagonista de la historia, la heroína, la que lucha por alcanzar sus ideales, amorosos y profesionales. Es el eje de la historia. Las protagonistas de mis telenovelas no son sufridas y dejadas, son mujeres pensantes, pero que el corazón está por encima de todo. Mujeres que luchan por justicia y se sacrifican por un bien mayor.”⁸⁷

Aunque también el atractivo de los personajes puede funcionar como gancho para ver la telenovela.

“Claro que me gustan los actores, está bien guapote Sebastián Ruli y el otro de la telenovela de las nueve (*Lo que la vida me robó*), pero uno sabe que aquí no existen...cuando veo la telenovela con mi esposo mejor me acuesto en sus

⁸⁷ Denisse Pfeiffer, entrevistado por el autor de la investigación el 14 de enero de 2014, vía correo electrónico.

piernas para no ver la cara que pone cuando pasan a esas mujeres buenotas”. Susana tiene 30 años, es madre de un niño de ocho años y tiene una estética.

Indica Lipovetsky: “El culto a las stars se caracteriza porque no se vincula más que a una imagen y es éxtasis de la apariencia. Lo que arrebató a los devotos no es ni una cualidad humana ni un mensaje de salvación, sino la imagen de sublimada y estetizada”⁸⁸.

4.4 Futuro de las telenovelas y de lo K- dramas

Como se mencionó en el segundo capítulo, los K- dramas ayudaron en gran parte a mostrar una imagen positiva y de progreso en otros países y más con Japón que colonizó a los surcoreanos el siglo pasado. Como cualquier melodrama siempre está la lucha del reconocimiento del padre o de la madre “lo que mueve la trama es siempre el desconocimiento de una identidad y la lucha contra los maleficios, las apariencias, contra todo lo que oculta y disfraza: una lucha por hacerse reconocer”⁸⁹.

Es así como los mexicanos hemos encontrado en las telenovelas una proyección de reconocimiento por ser un país colonizado hace ya cinco siglos y Corea del Sur un país que lo fue hace un siglo. La diferencia es que las telenovelas mexicanas sólo entretienen a la sociedad mexicana y latinoamericana, y los K- dramas buscan hacerlo por todo el mundo, demostrando su creciente poder adquisitivo.

⁸⁸ Lipovetsky, *op.cit.*, p. 248.

⁸⁹ Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, 2ª Ed., México, Editorial Gustavo Gili, p. 244.

“Melodrama y televisión permitiéndole a un *pueblo en masa* reconocerse como actor de su historia, proporcionando lenguaje a las formas 'populares de la esperanza’⁹⁰. Muchas telenovelas mexicanas han tenido mayor éxito cuando son populacheras, donde vienen de una vecindad y al día siguiente ganan la lotería. En los K- dramas son las mismas aspiraciones pero se basan en deseos más personales: la chica humilde enamora al quisquilloso chico guapo, pero al final ella quiere hacer su sueño de abrir una pastelería, graduarse como médico o ir de misionera a África.

Muchos guionistas coreanos hablan de historias de múltiples géneros. Pues en el año 2013 se empezaron a crear melodramas con diversas temáticas. *I hear your voice* es la historia de un joven que puede leer los pensamientos de las personas; *Who are you?* es de una detective que después de estar seis años en coma logra ver fantasmas y al novio que perdió; *Master’s Sun*, es la misma temática que la anterior, la chica ve fantasmas a los que ayuda y sólo tocando al jefe de un centro comercial desaparecen; *Good Doctor* es un drama médico que sigue la historia de un chico con autismo que desea ser cirujano; *Future Choice*, toca el tema de la ciencia ficción donde una mujer regresa en el tiempo para advertirle a su pasado que no se case con un presentador de noticias.

Los productores surcoreanos comentan que la época de un solo drama de género ya no existe. Los espectadores exigen más que una línea argumental simple, singular y con el fin de crear una historia que cuenta con muchas idas y vueltas, con un final inesperado, “tenemos que mezclar diferentes géneros juntos. No

⁹⁰ *Ibidem*, p.259.

podemos esperar que los espectadores estén de acuerdo con la visión de la misma línea argumental básica una y otra vez”⁹¹.

“Un género es ante todo una *estrategia de comunicabilidad*” Jesús Martín-Barbero

¿Qué pasa con México? Si bien sigue siendo redituable las telenovelas ya que se exportan a cien países cada año, sin embargo, se sabe que las preferencias van disminuyendo.

La encuesta telefónica realizada a 800 personas por el Gabinete de Comunicaciones en septiembre de 2013, apuntó que las noticias ocupan la preferencia del 26 por ciento de la población, seguido de los documentales o programas culturales, con 17.3 por ciento; las series con 15.6 por ciento y hasta el cuarto sitio las telenovelas, con un 11.8 por ciento⁹².

Eso lo vemos a la hora de cuestionar a jóvenes y mujeres de 35 años sobre las telenovelas mexicanas:

Mariana de 28 años: “ya no veo las telenovelas porque siempre es lo mismo, como la de ahora que es una copia de *Amor Real*, sólo que más actual. Mejor veo las noticias porque luego pasan escenas de sexo y yo con mis hijos”.

Muchas han optado por ver las de Telemundo o Cadena tres porque para ellas son un poco más reales. “Me gustó *Sin senos no hay paraíso* o estas que pasan en el canal 28 porque es lo que pasa actualmente, eso de los narcos, la verdad

⁹¹ “Los espectadores quieren K- dramas de múltiples géneros ¿cuál es la receta para que un tv k-drama tenga éxito?”, <http://www.espaciokpop.com/2013/09/los-espectadores-quieren-K-dramas-de.html>, acceso el 11 de noviembre de 2013.

⁹² “Prefieren mexicanos ver noticieros que telenovelas”, en La Razón, <http://www.razon.com.mx/spip.php?article189742>, acceso el 11 de noviembre.

me gustan más las telenovelas que hablen de eso porque lo estamos viviendo”
Luisa, 36 años.

Tv Azteca no se ha definido con su público en cuanto a la realización de telenovelas, no ha hecho algo que lo identifique, Televisa es melodramas y Cadena tres son historias políticas y un poco más reales, por lo que la gente no se ve del todo con sus producciones.

“Lo que pasa es que Televisa tapa la realidad, y las de Azteca es lo mismo que Televisa: las mismas tramas”, Martha, 35 años.

Pero qué pasa con las chicas más jóvenes que al parecer ya no muestran interés en los melodramas mexicanos: “Son muy monótonas y aburridas y es la misma trama... desde que tengo doce años he dejado de verlas” Ilse, 20 años.

O Marisol, una estudiante de 18 años: “No me gustan porque todo lo que pasa es fantasía, me gustaría que pasaran la realidad de las cosas”. A muchas se les preguntó si conocían las series coreanas y se remitieron a las caricaturas japonesas, sólo ella las conocía y dijo que compraba los DVD’s “me gustan sus historias porque son originales y no le meten tanto como en las telenovelas que luego uno se pierde por tanto rollo”.

José Ángel Soto, especialista en televisión, comentó en el evento *Hallyu*, México 2013. Foro de intercambio cultural Corea-México que los dramas coreanos exportan sus formatos, es decir, los guiones, ya que cuentan con buenas historias:

“Por ejemplo, apenas el productor José Alberto Castro adquirió una historia que la adaptará a su próxima telenovela, y de verdad que si en Corea logró alcanzar buen rating se espera que en México también”.

En una entrevista expresó su opinión acerca del futuro de las telenovelas:

“No se había desarrollado escritores nuevos en México desde hace muchos años. Apenas hace 5 años se empezó a hacer un esfuerzo por crear nuevos escritores. Además, las empresas de entretenimiento seguirán invirtiendo en historias que se puedan adaptar fácilmente al mercado en el que trabajan. Esto seguirá siendo cierto en México, Estados Unidos y todos los países del mundo. Si hay algún contenido que esté probado, es decir, que haya tenido éxito, las empresas de entretenimiento lo buscarán para adaptarlo en su territorio”⁹³.

Entonces muy pronto veremos historias coreanas en la pantalla mexicana, pese a las críticas de muchas chicas seguidoras de los K- dramas quienes ya no confían en las producciones mexicanas:

“Noo por favor (sic) no vendan los dramas a esas empresas, las telenovelas de aquí son ridículas y caen en lo vulgar, no creo que haya actores que se metan en los personajes como haya en corea, las actuaciones son naturales y creíbles, pero Televisa en especial esa televisora caen en lo vulgar y ridículo. Y no porque en Corea funcione quiere decir que aquí si en corea exigen televisión de calidad, en corea es otra cultura aquí no. Por favor no vendan los dramas a televisa ni a tv

⁹³ José ángel Soto, entrevistado por el autor de la investigación el 9 de diciembre de 2013, vía correo electrónico.

azteca.” Una joven quien comenta en la página de Facebook de la Embajada de Corea (https://www.facebook.com/embajada.corea.mexico)

Tanto Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego, dueños del duopolio Televisa y TV Azteca respectivamente, se han escudado con la frase ““Si no están de acuerdo, cambien de canal” ante las críticas a los programas de bajo nivel que emiten.

Pero ahora los jóvenes mexicanos ya no necesitan cambiar de canal, tan sólo necesitan de un monitor y ahora un celular inteligente para ver los diversos programas que se emiten en todo el mundo y que tienen mejor calidad. Los K-dramas son sólo un ejemplo de los diversos programas que muchos países como Taiwán, Japón, Estados Unidos, España, China, Venezuela, etc., están empezando a emitir y reciben poco a poco mayor aceptación.

La mitad de la población en México es joven, y en un futuro, que cada vez se acerca más, las televisoras de México tendrán que cambiar la forma de hacer televisión pues estos jóvenes están exigiendo mejores contenidos.

Sin embargo, no podemos dudar de la importancia que tienen los melodramas como producto de exportación tanto en el país surcoreano como en México, José Ángel Soto comenta al respecto:

“Sin exagerar te puedo decir que las Telenovelas Mexicanas son uno de los productos culturales más importantes de nuestro país. Sin duda es el producto de entretenimiento más exportado del país. Muchos países en el mundo nos conocen gracias a las Telenovelas y sus artistas. En Estados Unidos, que es una de las

economías más fuertes del mundo, las Telenovelas tienen una presencia indiscutible y compiten con lo mejor del entretenimiento que se produce en este país. Ningún otro país en el Mundo, tiene este tipo de presencia cultural aquí. Eso, lejos de alarmarnos, debería de llenarnos de orgullo. Y si, si queremos mejorarlas, deberíamos trabajar más para hacerlo, porque ellas son la ventana a nuestra cultura”.

Cada año Televisa y la Universidad Iberoamericana lanzan una convocatoria para generar nuevos escritores de telenovelas y se espera que en los próximos años se creen nuevas y mejores producciones.

CONCLUSIONES

Hace más de veinte años el mundo no giraba sus ojos en Corea del Sur, hoy en día es la decimotercera economía mundial y la cuarta asiática. Sus políticas públicas se enfocan en la educación y en la modernización.

“El llamado 'milagro del río Han' responde a un modelo económico basado en las exportaciones que representan más del 40% del PIB coreano. Para reforzar aún más su sector exterior se ha apostado por el establecimiento de una amplia red de Acuerdos de Libre Comercio con los principales países y áreas económicas del mundo.”⁹⁴

Su crecimiento es el único que ha sido tan acelerado pues a Corea del Sur le tomó 11 años duplicar el PIB per cápita (1966-1977), mientras que Japón necesitó 34 (1885-1919), Estados Unidos 47 (1839-1886) y la Gran Bretaña 58 años (1780-1938)⁹⁵.

Las muestras de su crecimiento económico y sus relaciones con países occidentales, sobre todo Estados Unidos, son vistas también en los K- dramas y en el K-pop, donde cada vez es más usual ver que tantos los actores como los cantantes utilizan el inglés en sus presentaciones o en sus escenas.

Siendo el entretenimiento la carta de presentación al mundo de un país que crece poco a poco. El interés aumenta incluso a la hora de aprender el idioma, un

⁹⁴ Jaume Giné Daví, “Situación actual y perspectivas de la economía de Corea del Sur”, p.1, <http://www.casaasia.es/pdf/330911351PM1236082431094.pdf>, consulta el 8 de noviembre de 2013.

⁹⁵ José Luis León, “Corea del Sur: las transiciones múltiples de una economía posdesarrollista”, p. 1, <http://ceaa.colmex.mx/estudioscoreanos/images/leon.pdf>, consulta el 8 de noviembre de 2013.

ejemplo es el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de la UNAM, donde la profesora Sang Hye inició en 1994 con un grupo y veinte alumnos y en el 2013 ya cuenta con tres grupos y 139 estudiantes⁹⁶.

En el primer capítulo, nos dimos cuenta que México tuvo un impacto en otros países como lo fue la telenovela *Los ricos también lloran* y *Esmeralda*, pero no sólo eso, también lograron impulsar a la mujer en la educación con historias como *Simplemente María*, donde las mujeres peruanas se llegaron a inscribir a cursos de alfabetización para seguir los pasos de su actriz favorita.

Antes en México se hablaba más de telenovelas de autor, ya se había mencionado, Yolanda Vargas Dulché, Caridad Bravo Adams, ahora sólo se vende por el actor principal. Aún con sus bajos niveles de audiencia, en la actualidad, sigue siendo un producto rentable, incluso para los partidos políticos que llegaron a promoverse en alguna telenovela, o la telenovela "real" que seguimos con el presidente actual Enrique Peña Nieto y la actriz Angélica Rivera, que antes de tomar la silla presidencial se expusieron en varias revistas del corazón.

El teórico Guillermo Orozco lo explica: "La exacerbación de lo mercantil, en los últimos años, como motor de la producción de telenovelas, y en general de toda la producción mediática, hace que la telenovela empiece a 'no ser vista', sino simplemente consumida". Pero aún siguen siendo las mujeres y las amas de casa quienes están entre ver noticias o escuchar telenovelas, las jóvenes están buscando otras opciones y han encontrado los K-dramas.

⁹⁶ Sang Hye, Jornada de cultura coreana "El estado actual de la enseñanza del idioma coreano en México" (conferencia), UNAM, Aula Magna del Instituto de Investigaciones Filológicas, 27 de septiembre de 2013.

En el segundo capítulo descubrimos que oriente ha aprendido muy bien del occidente en cuanto al manejo de su industria cultural, tanto así ya empieza a rebasar el liderazgo que tenía Estados Unidos. Los K-dramas son sólo una punta de iceberg, ya que su industria abarca películas, literatura, series, maquillaje, ropa, pero sobre todo, música pop.

Todo se une para formar el famoso *Hally*, la ola coreana. Pero si nos enfocamos en los K- dramas, tienen una estructura muy parecida a las telenovelas mexicanas, sólo que sin tantos capítulos. Como lo explica Vladimir Propp en *La Morfología del Cuento*, "atribuyen a menudo las mismas acciones a personajes diferentes"

Pues tenemos que al igual de las telenovelas hay una búsqueda de identidad ya que uno de los protagonistas es huérfano y parte de su hogar, hay una prohibición, una trasgresión, un elemento mágico, un agresor que lo intenta dañar y le causa prejuicios, pero sabemos que al final el agresor recibe su castigo.

Existe cierto maniqueísmo en ambos tipos de producciones, sin embargo, Corea del Sur trata de eliminar cierta polaridad en los valores de sus personajes, logrando que incluso reduzca sus niveles de violencia en sus formatos.

Se ha dado cuenta que incluso se puede usar literalmente el elemento mágico, ya que ahora hay entre sus protagonistas alguien que lee la mente *I hear your voice*, ve fantasmas, *Master's Sun*, o se convierte en un ser mítico *Gu Family Book*.

Convirtiendo su cultura en un producto. Agencias de viajes beneficiadas por los bellos escenarios surcoreanos que muestran sus K-dramas, y que extranjeros quieren conocer. Warnier nos explica en *La Mundialización de la cultura* que la

industria invade las culturas de la tradición, las transforma y a veces las destruye. Por lo que Corea del Sur cada vez se ve más occidentalizado, y México tampoco ha logrado salvarse de verse cada vez más estadounidense,.

En el tercer capítulo se demostró que las redes sociales son parte importante de este fenómeno, pues gracias a ellas muchos jóvenes han intercambiado experiencias y los clubs de fans acercan poco a poco a las personas para conocer el *Hallyu*. Son los mismos internautas quienes subtitulan programas, canciones o series y las comparten de manera libre.

Se realizó una encuesta de internet porque la mayoría del público que ve estas series lo hace por este medio y son las redes sociales que más lo difunden. Por lo que las entrevistas se hicieron en la calle y en el Centro Cultural Coreano.

Podemos darnos cuenta que el público actual está exigiendo mejores contenidos, dicho en la encuesta del capítulo dos, en la pregunta *¿Qué es lo que te gusta de los dramas coreanos que no tienen las telenovelas?*, el 52 por ciento respondió por la opción de menor uso de la violencia y del sexo, siguiéndole con Historias diferentes (40 por ciento).

La hipótesis: *Si las series coreanas empiezan a impactar más que las telenovelas mexicanas se debe a que las producciones de Corea tienen pocos capítulos, presentan finales abiertos y son caras, posiblemente esto sea del agrado de los espectadores de México.*

Pero sólo el 5 por ciento respondió que porque tienen pocos capítulos. Los finales abiertos es algo que a las personas no les interesa mucho, por lo que no se

incluyó en la encuesta, sólo podemos descubrir que los motivos para que vean series coreanas es que cuentan historias dinámicas con menos agresividad, lo que las telenovelas mexicanas suelen usar demasiado.

Se decidió comparar la telenovela *Rebelde* y el K-drama *Boys Before Flowers*, por dos razones: una porque *Rebelde* ha sido de las telenovelas más exitosas y *Boys Before Flowers* la más elegida en la encuesta; y segunda porque ambas son historias juveniles cuyo escenario es una escuela de clase alta.

Nos dimos cuenta que ambas producciones, *Rebelde* y *Boys Before Flowers*, a su manera sólo buscan crear jóvenes consumidores, utilizando situaciones donde el lujo y la opulencia son primordiales.

El perfil de la audiencia para los K- dramas es de jovencitas y de las telenovelas mexicanas para gente más adulta, esto se vio en la tabla de ratings brindada por IBOPE donde la telenovela más exitosa del 2013 apenas alcanza los 8 puntos para jóvenes de 15 a 30 años y en la encuesta el 67 por ciento dijo que tenía entre 15 y 20 años.

Sin embargo no se puede cuantificar las personas ven series coreanas en internet, lo que sí es la tendencia de búsqueda por lo que vimos que las telenovelas, sobre todo las de Telemundo van ganándole a las series coreanas.

De ambas producciones sabemos que están haciendo algo para invertir y hacer mejores historias, el futuro puede depender de la creatividad e inversión que tengan. Las diferencias más obvias es que en los K- dramas se están invirtiendo

mucho en difundirlas, pero las semejanzas es que ambas se basan en las mismas estructuras narrativas.

No sólo Corea del Sur se está dando cuenta de los beneficios económicos de los productos culturales, sobre todo K- dramas y K-pop, sino otros países le están siguiendo como Taiwán, China y Japón, que son países desarrollados.

Pero Corea del Sur se dio cuenta que ahora la gente ve de otra manera a su país. Ahora lo perciben como un lugar avanzado, seguro y bonito, un lugar donde ya muchos quieren ir por los escenarios y hasta por la comida que muestran en sus producciones. Siendo México un país tan rico en cultura y comida, podríamos explotar más eso.

En el cuarto capítulo tanto México como Corea del Sur aún muestran a la mujer como sujeto sumiso, aunque poco a poco se está quitado ese concepto. México tiene una historia larga de machismo, podemos decir que cualquier país, aun siendo una potencia devalúa al género femenino, esto debido a sistema patriarcal que se ha generalizado. En Corea predomina el sistema filosófico del Confucionismo, cuyo papel de la mujer es inferior al del hombre.

Rocío Quispe-Agnoli, en su estudio: "Pathos, Ethos y Catarsis: la telenovela latinoamericana como apoteosis del melodrama", explica la anagnórisis y catarsis. La anagnórisis produce una posibilidad de escape a los problemas y una sensación de alivio, que es la catarsis, y la catarsis es la identificación del televidente con el melodrama: siente que su vida es una telenovela, por lo que experimentar la catarsis como principio que reordena el largo camino pasional

hacia la anagnórisis puede llevar a televidentes a confundir ficción con referente real. Así las mujeres, por una historia de represión, suelen sentirse un poco más susceptibles a la búsqueda del chico ideal que ven las pantallas, sin importar que tipo de producción sea, ya que muchas chicas que gustan de los K-dramas también desean un novio coreano.

Al final éxito de audiencia en los K- dramas en México es mínimo comparado con las telenovelas mexicanas. El impacto es más emocional, ya que una vez que estas jóvenes vean un K-drama, difícilmente aguantará ver una telenovela de más de 100 capítulos, aparte, marcan mucho la inocencia de un amor.

Interesante es que las consumidoras las conocen como series; no ven una telenovela, por muy parecida que sean es aspectos narrativos. Ya que las telenovelas se perciben más como un producto latinoamericano, ni la serie estadounidense más melosa será llamada telenovela.

La mayoría de los que ven los K-dramas lo hacen por internet, cada año aumentan los seguidores y podemos aprender de los surcoreanos. El embajador coreano en México, Seong Hoa Hong, mencionó en el Foro *Hallyu* México 2013 la importancia del tema: “El *Hallyu* como una herramienta para el intercambio dinámico de la cultura coreana con otros países, y promover el mayor entendimiento entre los pueblos, así como aumentar el desarrollo de la industria cultural como el nuevo motor de crecimiento económico”⁹⁷.

⁹⁷Foro *Hallyu* México 2013 (13 de noviembre) Foro de Intercambio Cultural Corea-México, <http://mexico.korean-culture.org/navigator.do?menuCode=201204200031&action=VIEW&seq=50871>, consulta: 25 de noviembre de 2013.

Ellos de manera inteligente han visto los beneficios de explotar sus productos, ahora toca darnos cuenta de la importancia que tienen las telenovelas para exportar de manera adecuada nuestra cultura y de dar otra visión de nuestro país que no sea narcotráfico, porque México es mucho más que eso.

Para finalizar, este trabajo espera despertar el interés o la reflexión en los jóvenes de la carrera de Comunicación y Periodismo que quieran crear mejores formatos para la juventud mexicana, ahora con tantos medios para difundirlo es mucho más fácil.

Si bien México ha tenido una falta de creatividad, no por eso ha dejado de impactar en otros países latinoamericanos, ya sea por el actor, aún siguen presentes las telenovelas. Esto quizá no es del agrado de muchos, pero afortunada o desafortunadamente, las telenovelas son un reflejo de un país.

Es por ello el interés de investigar acerca de las producciones de países con costumbres muy diferentes, pero que ambas comparten el deseo de soñar con una realidad más esperanzadora. Vimos que comparten estructuras narrativas muy parecidas, y el elemento mágico que a veces las telenovelas brindan.

Corea del Sur se está mostrando próspero por sus K-dramas, tratemos que en México se demuestre no sólo el desarrollo, quizá muy lento, de un país, sino sus tradiciones y los ideales que la juventud cada vez despierta.

Al final, en esta tesis se considera al melodrama como una forma de entretenimiento y de producto cultural. En México se acusa a las telenovelas de

propiciar la ignorancia, cuando vemos que la décimo quinta potencia mundial está creando y exportando melodramas.

Son dos continentes, dos extremos del planeta. Uno desarrollado, otro en vías de desarrollo. Uno tiene los niveles más bajos de educación, el otro tiene a los mejores estudiantes del mundo.

Pero ambos son grandes exponentes del melodrama. Porque no importa dónde te encuentres, ni cómo sea tu cultura: todos necesitan escuchar y ver una historia de amor.

GLOSARIO

Anime: Caricatura o serie animada japonesa.

Audiencia: Un conjunto de personas que a través del acceso a un medio de comunicación se le dirige un mensaje y este a su vez reacciona ante el mensaje.

Dorama: Término con el que se le conoce comúnmente a las series orientales

Hallyu: También se le conoce como Ola coreana. Es el incremento de popularidad que han tenido los productos culturales de Corea del Sur en todo el mundo, empezando por los países más cercanos.

K-drama: telenovelas coreanas.

K-pop: música popular coreana.

Manga: Cómic japonés.

Remake: Término que se le da a la nueva versión de alguna producción audiovisual previamente emitido.

Spin off: Un proyecto creativo y narrativo que se crea de uno ya existente, como una extensión. En las series de televisión se les conoce como *serie derivada*

Telenovela: Género televisivo producido originalmente en varios países de América Latina, cuya principal característica es contar desde una perspectiva básica melodramática una historia de amor.

Tours: Viajes ofrecidos por una empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- AHUMADA Rafael, T.V. Su influencia en la percepción de la realidad social. México, Miguel Ángel Porrúa, 2007.
- CHACÓN Esperanza, Rebelde: propuesta muy conservadora para los jóvenes latinoamericanos, tesis, Colombia, Comunicación Social, Universidad Cooperativa de Colombia, 2008.
- CORNEJO Antonio, Sobre Literatura y Crítica Latinoamericanas, Caracas, Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, 1982.
- DURAZO Franco y OROZCO Guillermo, Cumbre Mundial de Comunicación Política, México, Zorzal, 2006.
- GALINDO, Jesús, “Vivir y sentir la telenovela”, Quipus, Ecuador, 1995.
- GARCÍA Gabriel, La bendita manía de contar, España, Olleros & Ramos, 2 ed., 2004.
- GUDINI Alfredo, El Castillo de las estrellas, México, Grijalbo, 1996.
- Korea Culture and Information Service, K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, Korea, 2011.
- LAURENTIS Ernesto, Corea del Sur, España, Miraguano, 2002.
- LIPOVETSKY Gilles, El imperio de lo efímero. Ed. Anagrama. Barcelona, 2004.
- MARTÍN-BARBERO Jesús, De los medios a las mediaciones, 2ª Ed., México, Editorial Gustavo Gili, 2002.
- MAZZIOTTI Nora, La Industria de la telenovela, Buenos Aires, Paidós, 1996.

- PADILLA Rebeca, Relatos de Telenovelas: Vida, Conflicto e Identidades, UAA, 2004.
- PROPP Vladimir, Morfología del cuento, ,10^a ed., Madrid, Fundamentos, 2000.
- REYES Luis, Crónicas de la telenovela, México sentimental, México, Clío, 1990.
- VIDAL Aram, Producción de telenovelas de Televisa, tesis de maestría, México, Comunicación, UNAM. 2011.
- WARNIER Jean-Pierre La Mundialización de la cultura, Barcelona, España, Gedisa, 2002.

CIBERGRAFÍA

- BRICEÑO Oscar, “Influencia de las Telenovelas en los Jóvenes”, 2007, http://www.tlalpan.uvmnet.edu/oiid/download/Telenovelas%20j%C3%B3venes_04_CS0_COM_PIC_E.pdf, acceso: 21 de mayo de 2012.
- CHUNNIEOTOKE, “Cadenas de televisión más populares de Corea del Sur”, <http://otoke-katarsis.blogspot.mx/2012/08/cadenas-de-televisi3n-mas-populares-de.html>, acceso el 14 de septiembre del 2013.
- CUEVA Álvaro, “40 años que cambiaron el rumbo de las telenovelas, Tv y Novelas”, <http://www.alvarocueva.com/alvaro2/historico.asp?idseccion=1>, acceso: 23 de mayo de 2012.
- CUEVA Alvaro, “Quiero amarte, pero no puedo”, en Milenio, http://www.milenio.com/firmas/alvaro_cueva_elpozodelosdeseosreprimidos/Quiero-amarte-puedo_18_180761940.html, acceso 25 de noviembre de 2013.
- DURIN Servén y VÁSQUEZ Natalia, “Heroínas-sirvientas, Análisis de las representaciones de trabajadoras domésticas en telenovelas mexicanas”, <http://www.academia.edu/3611010/Heroinas->

servientas. Analisis de las representaciones de trabajadoras domesticas en telenovelas mexicanas, acceso: 12 de noviembre de 2013.

- GINÉ Jaume, “Situación actual y perspectivas de la economía de Corea del Sur”, <http://www.casaasia.es/pdf/330911351PM1236082431094.pdf>, acceso: 8 de noviembre de 2013.
- HUA Vanessa, “SOUTH KOREA SOAP OPERAS FIND LARGE AUDIENCES / Exported television dramas improving nation's image around Asia – and beyond”, <http://www.sfgate.com/news/article/SOUTH-KOREA-SOAP-OPERAS-FIND-LARGE-AUDIENCES-2644560.php>, acceso: 21 de agosto de 2013.
- JACKSON Julie , “K-pop fever grabs scholars’ attention”, en The Korea Herald, http://www.koreaherald.com/common_prog/newsprint.php?ud=20120926000666&dt=2, acceso: 2 de octubre de 2013
- JIN Sue, “The Korean Wave: The Seoul of Asia”, <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol2no1/09suejin.pdf>, acceso: 9 de septiembre de 2013.
- KBS, Drama, http://www.kbs.co.kr/openkbs/report/download/eng0910_c_5.pdf, acceso 13 de septiembre.
- LEÓN José, “Corea del Sur: las transiciones múltiples de una economía posdesarrollista”, <http://ceaa.colmex.mx/estudioscoreanos/images/leon.pdf>, acceso: 8 de noviembre de 2013.
- LUIS ROBERTO, Archivo de telenovelas, <http://www.network54.com>, acceso: 19 de mayo de 2012.
- MONSIVÁIS Carlos, “La política del melodrama”, Revista Ñ, <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2005/06/25/u-1001425.htm>, acceso: 23 de mayo de 2006

- MORALES Luis Fernando, "Telenovela mexicana: Modelo de penetración del discurso emocional en la televisión generalista en España", Revista Versión UAM, <http://goo.gl/QpiJ9M>, acceso 9 de abril de 2012.
- OROZCO Guillermo, "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?", Universidad de Guadalajara, http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/2006_6/11-35.pdf, acceso 2 de abril del 2012.
- OROZCO Guillermo y FRANCO Darwin, "¿Dónde quedó la ficción infantil?", Revista Zócalo, 30 de Noviembre de 2012, http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3260, acceso 28 de octubre de 2013.
- OROZCO Guillermo, "Se viola el respeto a las audiencias", Zócalo, miércoles 31 de octubre de 2012, http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3073, acceso: 20 de noviembre de 2013.
- PÉREZ Rocío, "Pathos, Ethos y Catarsis: la telenovela latinoamericana como apoteosis del melodrama", http://www.academia.edu/1104198/Pathos_Ethos_y_Catarsis_la_telenovela_latinoamericana_como_apoteosis_del_melodrama, acceso: 11 de noviembre de 2013.
- PÉREZ Daniela, "Las telenovelas tienen nombre de mujer", en Publimetro, <http://www.publimetro.com.mx/entretenimiento/las-telenovelas-tienen-nombre-de-mujer/pkcg!udV4v@Libj7nchzM0M49Rw/>, acceso: 11 de noviembre de 2013.
- Redacción, "Cirugías plásticas estilo Gangnam atraen a miles a Seúl", El Financiero en línea, <http://www.elfinanciero.com.mx/no-te-lo-pierdas/139-no-te-pierdas/35592-cirugias-plasticas-estilo-gangnam-atraen-a-miles-de-turistas.html>, acceso 29 de octubre de 2013.

- Redacción, “El amor tiene precio en Corea del Sur, en El tiempo”,
<http://m.eltiempo.com/mundo/asia/el-amor-tiene-precio-en-corea-del-sur/12314773>, acceso 11 de noviembre de 2013.
- Redacción, “Facebook es la red social más popular de México”, en Expreso,
<http://www.expreso.com.mx/conexion/52-redes-sociales/46683-facebook-es-la-red-social-mas-popular-de-mexico-.html>, acceso: 2 de noviembre de 2013.
- Redacción, “La Ola Coreana que inunda youtube”
<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2013/05/03/144933378-psy-en-la-cresta-de-la-ola-pop-sudcoreana-que-inunda-youtube>, acceso: 12 de mayo .
- Redacción, “Mujeres vietnamitas reciben clases para tratar a sus esposos surcoreanos” (Reuters), en El Comercio,
<http://elcomercio.pe/actualidad/1584207/noticia-mujeres-vietnamitas-esposos-surcoreanos-reciben-curiosas-clases>, consulta: 11 de noviembre de 2013.
- Redacción, “Prefieren mexicanos ver noticieros que telenovelas”, en La Razón,
<http://www.razon.com.mx/spip.php?article189742>, acceso: 11 de noviembre de 2013
- Redacción, “Promete Peña Nieto mejores telenovelas al electorado femenino”, Proceso, marzo de 2012, <http://www.proceso.com.mx/?p=299806>, acceso 20 de mayo de 2012.
- Redacción, U-Kiss agota en siete minutos boletos en México,
<http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=335341>, acceso: el 18 de septiembre.
- Redacción, “Seven Cliches for Aspiring Soap Writers”,
http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2007/03/23/2007032361024.html, acceso: 12 de agosto de 2013.

- SILVA Gustavo, “Siempre el mismo drama”, El Universal, marzo del 2009, [www.
http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/88759_old.html](http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/88759_old.html), acceso: 19 de mayo de 2012.
- Sin Autor, “Aumenta el número de centros culturales coreanos en el mundo”, disponible en http://world.kbs.co.kr/spanish/news/news_Cu_detail.htm?lang=s&id=Cu&No=36351¤t_page=2, acceso: 18 de septiembre del 2013.
- Sin Autor, “El *Hallyu* cuenta con 6,7 millones de seguidores en todo el mundo”, <http://argentina.korean-culture.org/navigator.do?siteCode=argentina&langCode=argentina&menuCode=200903170186&action=VIEW&seq=43898>, acceso 9 de noviembre de 2013.
- Sin autor, “El éxito de los dramas históricos de Corea del Sur”, <http://haciaasia.weebly.com/13/post/2012/04/el-xito-de-los-dramas-histicos-de-corea-del-sur.html> acceso 14 de agosto de 2013.
- Sin autor, Foro *Hallyu* México 2013 (13 de noviembre) Foro de Intercambio Cultural Corea-México, <http://mexico.korean-culture.org/navigator.do?menuCode=201204200031&action=VIEW&seq=50871> acceso: 25 de noviembre de 2013.
- Sin autor, “Los espectadores quieren K- dramas de múltiples géneros ¿cuál es la receta para que un tv k-drama tenga éxito?”, <http://www.espaciokpop.com/2013/09/los-espectadores-quieren-K-dramas-de.html>, acceso el 11 de noviembre de 2013.
- Sin Autor, “Manantiales de Ternura”, <http://www.primerahora.com/entretenimiento/tv/nota/manantialesdeternuralasnovelascoreanas-535793/>, consulta: 3 de septiembre.

- Sin Autor, “Telenovela mexicana, ¿y eso qué es?” <http://www.telenovela.de/desarrollo.pdf>, acceso: 20 de mayo de 2012.
- Sin autor, Telenovelas, <http://aboutmbc.imbc.com/spanish/mbcprogram/drama/index.html>, acceso 13 de septiembre del 2013.
- TORRES Llorente, “Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas (Análisis descriptivo de los contenidos de las telenovelas de Televisa)”. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla. Septiembre. Derechos Reservados 2003, http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/llorente_t_p/capitulo_1.html, acceso 29 de mayo de 2012.
- VIDAL Luis , “Kpop: El *Hallyu* Wave en Perú”, Atlantic Internacional University, http://www.academia.edu/3462423/Theories_and_Methodology_of_Investigation_-_Kpop_The_Hallyu_wave_in_Peru, acceso 20 de octubre de 2013.
- YONG Dal. “*Hallyu* 2.0: The New Korean Wave in the Creative Industry” <http://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--Hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>. acceso 21 de agosto de 2013.

HEMEROGRAFÍA

AGUILAR Miguel (1995), “Telenovelas: la ficción que se llama realidad”, Política y Cultura (UAM Xochimilco) num. 004.

BAÉZ MARTELL Kyra (2013), Reality Show México-Corea, en El Universal, Mundo VIP, 23 de agosto, p.10.

VIDEOGRAFÍA

CUEVA Álvaro (2013), Alta Definición, Proyecto 40 (televisión abierta). Sábados 20:00hrs.
26 de octubre.

CONFERENCIA

HYE Sang (2013), Jornada de cultura coreana “El estado actual de la enseñanza del idioma coreano en México” (conferencia), UNAM, Aula Magna del Instituto de Investigaciones Filológicas, 27 de septiembre de 2013.

ENTREVISTAS

Denisse Pfeiffer, entrevistado por el autor de la investigación el 14 de enero de 2014, vía correo electrónico.

José Soto, entrevistado por el autor de la investigación el 9 de diciembre de 2013, vía correo electrónico