



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MÉXICO

---

FACULTAD DE ANTROPOLOGÍA

“Los jóvenes *hallyu* en la Friki Plaza de la ciudad de Toluca, México:  
una aproximación antropológica sobre culturas híbridas y la  
globalización... *El k-pop es mi estilo de vida*”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

P R E S E N T A

NADIA LIZBETH OCAMPO VALDÉS

VANESA HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

DIRECTOR DE TESIS:  
DR. RODRIGO MARCIAL JIMÉNEZ

TOLUCA, MÉXICO, ABRIL, 2022







## ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Planteamiento del problema</b> .....	3
<b>Delimitación del espacio y universo de estudio</b> .....	4
<b>Objetivo general</b> .....	5
<b>Objetivos específicos</b> .....	5
<b>Hipótesis</b> .....	6
<b>Justificación</b> .....	6
<b>Metodología</b> .....	7
<b>Técnicas de investigación</b> .....	7
<b>Herramientas</b> .....	8
<b>Resumen capitular</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I. CONSIDERACIONES TEÓRICAS</b> .....	9
1.1. Antropología sociocultural .....	9
1.2. El concepto de cultura.....	13
1.3. La antropología y la globalización cultural .....	16
1.4. La música y la globalización .....	24
1.5. Concepto de cultura juvenil.....	27
1.6. La cultura coreana y la expansión del <i>hallyu</i> u <i>“ola coreana”</i> .....	34
<b>CAPÍTULO II: “CONOCIENDO EL ENTORNO <i>HALLYU</i> Y <i>“OLA COREANA”</i> ETNOGRAFÍA DE LA FRIKI-PLAZA</b> .....	36
2.1. La ciudad de Toluca, México.....	36
2.2. La Plaza Friki en Toluca, México; centro de interacción del <i>hallyu</i> .....	39
2.3. Organización e infraestructura de la Plaza Friki, Toluca, México .....	43
2.4. Grupos sociales que asisten a la Plaza Friki, Toluca, México .....	54
2.5. Los Jóvenes <i>hallyu</i> en la Plaza Friki, Toluca México .....	61

<b>CAPÍTULO III: “ENTRANDO AL MUNDO <i>HALLYU</i> Y/O OLA COREANA”</b>	
<b>ETNOGRAFÍA DE LOS JÓVENES <i>HALLYU</i></b> .....	71
3.1. Factores tradicionales en los jóvenes <i>hallyu</i> .....	72
3.2. Factores contemporáneos en los jóvenes <i>hallyu</i> .....	75
3.3. Factores globales en los jóvenes <i>hallyu</i> .....	78
3.4. Cultura híbrida en los jóvenes <i>hallyu</i> .....	82
3.5. Fragmentos de historias de vida .....	84
<b>CAPÍTULO IV: UN ANÁLISIS ANTROPOLÓGICO DE LA OLA COREANA</b>	
<b><i>HALLYU</i></b> .....	88
4.1. ¿Por qué analizar al <i>hallyu</i> u ola coreana desde la antropología sociocultural? .....	88
4.2. El término de cultura en el análisis del <i>hallyu</i> u ola coreana .....	89
4.3. La antropología contemporánea en el análisis del <i>hallyu</i> y/o ola coreana.	91
4.4. La cultura juvenil en los jóvenes <i>hallyu</i> .....	92
4.5. El <i>hallyu</i> u ola coreana como cultura híbrida y su influencia tradicional, contemporánea y global en los jóvenes de Toluca, México .....	93
<b>CONCLUSIONES</b> .....	95
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	97
<b>ANEXOS</b> .....	104

## Introducción

Las ciencias sociales se han dedicado al estudio de diferentes culturas a lo largo de los años, tal como lo hace la antropología social, la cual ha explicado desde distintos enfoques teóricos y metodológicos temas variados adherentes a los estudios culturales; como el término de culturas juveniles, este último se refiere a aquellos grupos de personas que crean un estilo de vida propio con características similares en distintas esferas de la sociedad. Con lo anterior se han desarrollado discusiones entre diversos autores contribuyendo al enriquecimiento de la ciencia antropológica.

Según Carles Feixa, "las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional", (Feixa,1998:84). Expresiones heterogéneas entre sí, que no están exentas de influencias del medio, pero que permiten diferenciar entre jóvenes, posibilitando con ello la identificación de un conjunto amplio de culturas juveniles.

El objetivo de esta tesis no solo se basa en la descripción de elementos y características propias de la cultura *hallyu*; sino en comprender y analizar procesos de hibridación cultural por parte de la cultura coreana hacia la mexicana, que identidad se genera, si hay beneficios económicos y desarraigo cultural; realizando trabajo de campo en la Plaza Friki, Toluca, México; por otro lado con la ayuda de las redes sociales (*Facebook, Instagram y Youtube*), se buscó tener un acercamiento a estos grupos sociales o comunidades pertenecientes a la cultura *hallyu* en Toluca, México.

El *hallyu* u ola coreana es un fenómeno cultural inscrito aproximadamente a finales de los años 90, se refiere a la producción, consumo y exportación de producciones musicales, visuales y audiovisuales de la República de Corea hacia otros países

del este de Asia en primer momento, abarcando luego el resto del mundo. En un inicio, el *hallyu* se desarrolló en la esfera privada de la economía. Pero después este fue promovido por el Estado y así, "ha sido clave en la promoción y difusión de la imagen de Corea en muchos países alrededor del mundo". (López Rocha, 2015:171).

Los jóvenes *hallyu* de Toluca, han adaptado a su vida un conjunto de elementos, rasgos y patrones culturales de la cultura coreana, se observa como la conjugan con su cultura originaria, por lo cual se explicará qué identidad ejerce ante la sociedad mexicana.

El *hallyu* como un fenómeno sociocultural de características híbridas, contiene tanto elementos de la cultura popular coreana, tradicional y moderna, como elementos de la llamada cultura global, mezclándolos de una manera peculiar en el contexto local.

Lo híbrido, de acuerdo a Kim y Yang (2006), Ryou (2008) y Shim (2004) citados por Yoon, se piensa como; "una mezcla cultural de influencias occidentales. Los productos culturales exportados a Asia en nombre de la ola coreana deben ser vistos como variaciones de la cultura o híbrido occidental" (Yoon, 2015:426). El concepto de hibridación cultural fue desarrollado por el argentino Néstor García Canclini en el libro *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1990), fundamental para los estudios culturales como disciplina, que más tarde comienza a utilizarse como unidad de análisis de los investigadores interesados en los estudios coreanos. García realizó una redefinición de acuerdo a la discusión epistemológica posterior a la publicación del libro, definiendo hibridación como los "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas". (García, Canclini, 2003:3).

Por medio de la antropología contemporánea, se describe y explica el fenómeno cultural *hallyu*, realizando una diferenciación desde un conjunto de conceptos y/o

términos como; cultura, culturas juveniles, globalización e hibridez cultural, desarrollados en distintos espacios dentro de la ciudad de Toluca.

Explicando los modelos de convivencia y como se ha conseguido transformar paradigmas de comportamiento social, con ayuda de la globalización y medios de comunicación; facilitando el acercamiento de un mercado coreano, asimismo como es que a su vez se inserta en un cambio identitario, de estilo de vida, adaptación y de consumismo cultural.

### **Planteamiento del problema**

La investigación se dirigió a describir la organización, participación y difusión del *hallyu* en la Ciudad de Toluca, México; también se elaboró un escrito sobre comportamientos dentro y fuera de la comunidad, si hay una influencia de nuevos patrones culturales creados a partir de diferentes contextos socioculturales mexicanos, que efectos positivos o negativos se producen tanto individualmente como colectivamente y si hay un desarrollo en la adopción de nuevas ideologías y actitudes.

Para la gestión y descripción del análisis fue necesario cuestionar semejantes aspectos importantes, como: ¿Determinar por qué se está considerando a la cultura *hallyu* dentro del estudio antropológico?, ¿Definir qué significa el término *hallyu*?, ¿Cuál es el origen del término *hallyu*?, ¿Cuáles son las características de la cultura *hallyu*?, ¿Cómo logró expandirse esta cultura juvenil en México?, ¿Qué papel tiene la globalización en la expansión de la cultura *hallyu*?, ¿Qué papel tiene la tecnología?, ¿Cómo se diversifica la cultura *hallyu* en varias ciudades de la república mexicana?, ¿Cuáles son las características de la Cultura *hallyu* en Toluca?, ¿Cómo se puede ligar este fenómeno sociocultural con la antropología contemporánea?, ¿Qué consecuencias o beneficios genera la cultura coreana en los Jóvenes de Toluca? y ¿Qué procesos de identidad se han generado a partir de esta problemática?.



El estudio del fenómeno cultural “*hallyu*” u “ola coreana” con un principal cuestionamiento, el cual refiere a: ¿Qué factores tradicionales, contemporáneos y globales conforman la ola coreana como cultura híbrida que influye en los jóvenes *hallyu*, en la plaza Friki?

### **Delimitación del espacio y universo de estudio**

Para esta Investigación se realizó trabajo de campo en la Frikiplaza ubicada en, Av. Independencia 103, Barrio de Sta Clara, 50000 Toluca de Lerdo, Méx. En contraparte se utilizaron tres redes sociales (*Facebook, Instagram y YouTube*), para un acercamiento a los pertenecientes de la cultura *hallyu* y así poder comparar resultados.

La población a estudiar consistió en entrevistar a 115 personas de todas las edades que se consideren jóvenes *hallyu* en la Frikiplaza de Toluca, México; por otra parte, se buscó trabajar con ambos sexos, tanto el femenino, como el masculino.

Los términos, conceptos, métodos y metodología que se efectuaron, fueron destinados únicamente al estudio del *hallyu* u ola coreana de configuración imparcial. Categóricamente partiendo de los estudios culturales, de lo general a lo particular.

Semánticamente se estructuró en cuatro factores importantes: El primero palpando términos como cultura, subcultura, sociedad, comunidad y grupo. El segundo en lo híbrido, hibridación, hibridación cultural, hasta construir el concepto cultura híbrida y explicar el *hallyu*. Por otra parte los términos Identidad, tradición, costumbre y contemporaneidad, los cuales tuvieron un papel importante. Finalmente la globalización, tecnología, internet, medios de comunicación y redes sociales. Se enlazan los unos a los otros para la descripción e interpretación del desarrollo de cada capítulo.

El trabajo de campo se iba a realizar durante el mes de marzo del año 2020 a junio del mismo año en la Plaza Friki; pero debido a la pandemia global Covid-19, el centro comercial se cerró temporalmente. Como alternativa se trabajó en el periodo establecido anteriormente por medio de las plataformas digitales Facebook, Instagram y Youtube.

Anterior a la cuarentena se visitó la plaza Friki, y posteriormente se volvió a visitar la Frikiplaza con el fundamento de tener una aproximación al centro donde se desenvuelven los jóvenes *hallyu*. El trabajo de campo se realizó en el mes de diciembre de 2020 a mayo de 2021.

### **Objetivo general**

Analizar la ola coreana como cultura híbrida y su influencia tradicional, contemporánea y global en los jóvenes *hallyu*, en la Friki Plaza, Toluca, México.

### **Objetivos específicos**

1. Conocer teóricamente a la ola coreana, así como las características de aquellos elementos básicos del *hallyu*, para poder tener antecedentes que permitan desarrollar de forma óptima la indagación.
2. Describir el entorno físico y estilos de vida e interacción social de los jóvenes *hallyu*, en la plaza Friki de Toluca, para poder contextualizar objetivamente y exponer las causas.
3. Descubrir las posibles problemáticas que genera la mezcla de su propia cultura con la coreana, a fin de realizar un cuadro con características principales que se detecten en el transcurso de la averiguación.
4. Analizar a la ola coreana como cultura híbrida y su influencia en los jóvenes *hallyu*, para ver si cumplen una función social-económica.

5. Identificar que procesos de identidad se han generado a partir de esta problemática, tanto individual como colectivamente, ya que es una de las principales preocupaciones de la investigación.

### **Hipótesis**

Los jóvenes *hallyu* son un grupo social con características propias, sus rasgos y patrones culturales se adecuan bajo las premisas de una cultura híbrida; atribuyendo comportamientos fuera de su núcleo social cotidiano, los cuales provienen de la ola coreana, la globalización y la tecnología. Esta cultura híbrida busca permear en la ciudad de Toluca con un fin de distracción, generando identidad y adaptación en la forma de vida de estos jóvenes.

### **Justificación**

Esta investigación tuvo como propósito aportar a la antropología social y cultural, un nuevo lugar de análisis (La Plaza Friki, Toluca, México) dentro del ámbito de los estudios culturales; es decir, dentro de la cultura híbrida, siendo un claro ejemplo de lo que comprende una comunidad que engloba lo tradicional, contemporáneo y global. Se realizó dado a que es un tema de controversia mundial, por ser algo que entraría fuera de lo desconocido para las personas ajenas a la ola coreana, trayendo consigo un conglomerado de comportamientos y creencias que se logran diferenciar de la cultura dominante. Se pretende exponer cuál es el proceso por el cual pasa cada individuo para adentrarse dentro de esta cultura *hallyu*, resolviendo preguntas que comúnmente no son entendibles para aquellos ajenos a la ola coreana. También por comenzar a relacionar a estos grupos sociales con conceptos de la antropología social, para poder comprender cada una de las variables. Establecer las diferencias en cada uno de los conceptos: cultura Juvenil, contracultura, subcultura, colectivo social y tribu urbana, cultura híbrida o hibridez cultural. También porque es importante realizar un estudio sobre la cultura *hallyu* para que el público en general conozca nuevos

fenómenos culturales, no solo para los científicos sociales, también para los jóvenes *hallyu*, los cuales notarán reconocimiento y aceptación.

### **Metodología**

Este trabajo se realizó bajo una metodología antropológica en donde nos apoyamos de algunos métodos, técnicas y herramientas. Uno de los métodos que se utilizó es el método etnográfico: este nos ayudó a tener un mejor acercamiento a los jóvenes pertenecientes a la cultura híbrida *hallyu* u ola coreana, en la Frikiplaza; en donde principalmente se describe su organización, participación e interrelación de los adolescentes con el espacio. También se utilizó el método histórico, para saber cómo es que el término *hallyu* se originó y cómo éste llegó a varias partes del mundo, es importante explicar su origen ya que esto permite tener un mejor panorama. Por otra parte, el método documental: el cual sirvió para conocer los hechos que se suscitaron en torno al término “*hallyu*”, se realizó un estado del arte para profundizar y centralizar el objetivo o propósitos de la investigación. Finalmente se usó el método comparativo, este nos ayudó a identificar las semejanzas y diferencias que tiene la cultura *hallyu* en diferentes contextos, espacios y momentos.

### **Técnicas de investigación**

En cuanto a las técnicas que se optaron por hacer uso, se encuentra la observación, que obró para poder apreciar cómo los jóvenes *hallyu* se desenvuelven en ese colectivo social. Otra de las técnicas que se usaron es la observación participante, para comprender desde una postura antropológica, ya sea etic o emic a este colectivo social *hallyu*. Además del empleo de los recorridos de área, para un mejor conocimiento y entendimiento en la Plaza Friki, lugar en el que trabajamos, y así se ubicó en donde se presenta más este fenómeno. Igualmente se aplicaron entrevistas para la recopilación de información sobre cómo los jóvenes *hallyu* llegaron a ser parte de este grupo social y cómo esto afecta en su vida social. Las historias de vida también tuvieron un papel

fundamental para saber si los jóvenes *hallyu* están entrando en un proceso de transmisión cultural. Otra técnica que se utilizó fue la fotografía para realizar un registro que compruebe la interrelación de los jóvenes *hallyu* con la Frikiplaza.

### **Herramientas**

Las Herramientas que se utilizaron fueron: libreta de nota, para recopilar información. El diario de campo, para registrar la información sistemáticamente de cada día. La cámara fotográfica para ilustrar la tesis con imágenes sobre la Frikiplaza y elementos de la ola coreana. Grabadora, para llevar un seguimiento de las entrevistas, como un instrumento fundamental para la recopilación de datos de los jóvenes *hallyu*.

### **Resumen capitular**

El trabajo se divide en 4 capítulos, el primer capítulo aborda cuestiones teóricas que se tomaron en cuenta para la realización de la investigación, retomando a la antropología sociocultural y contemporánea, así como el entorno de lo global. Asimismo el concepto de cultura juvenil desde varias perspectivas, los cuales ayudaron a entender cómo se construye y define la cultura coreana en los jóvenes *hallyu*. En el capítulo dos se describe etnográficamente a la plaza Friki de Toluca, México, centro de interacción del *hallyu*, dando a conocer la organización e infraestructura y cuáles son los grupos sociales que asisten a esta plaza. En el capítulo tres se destacan los factores tradicionales, contemporáneos y globales que conforman a los jóvenes *hallyu* como cultura híbrida en la ciudad de Toluca, y fragmentos de historias de vida de los jóvenes. Dentro del capítulo cuatro, se abordó la cuestión de la cultura híbrida y la influencia tradicional de los jóvenes *hallyu* en Toluca, México, y cómo la construyen a partir de diferentes elementos contemporáneos o globales a través del enfoque de la antropología sociocultural y contemporánea.

## **CAPÍTULO I. CONSIDERACIONES TEÓRICAS.**

### **1.1. Antropología sociocultural.**

“La antropología es una ciencia que trata de observar, interpretar y representar las voces y enfoques de diferentes épocas, lugares y culturas. A través de sus diversos subcampos, la antropología reúne enfoques biológicos, sociales, culturales, lingüísticos e históricos. Las múltiples y variadas perspectivas ofrecen una apreciación más completa de lo que significa ser humano”, (Kottak, 2011, citado por Rubén Crespo, 2016).

“La antropología nace en la atmósfera intelectual que se inicia a finales del siglo XVIII. Se consolida como disciplina académica durante la segunda mitad del siglo XIX, en un ambiente que enfrenta al racionalismo francés de Voltaire y el romanticismo alemán de Johan Gottfried von Herder, el espíritu de las luces frente al relativismo histórico; la noción de universalidad en pugna con la de particularidad”, (Díaz-Polanco 1999: 1, citado por Rubén Crespo, 2016).

La antropología explora los fundamentos de la biología humana, la sociedad y la cultura, y considera sus interrelaciones. Los antropólogos comparten ciertos supuestos básicos, entre ellos, el más fundamental según Kottak: “la idea de que no es posible extraer conclusiones acertadas acerca de la naturaleza humana a partir del estudio de una sola nación, sociedad o tradición cultural. Para ello es necesario el enfoque comparativo”, (Kottak, 2011: 9, citado por Rubén Crespo, 2016).

Para el desarrollo de esta tesis se trabajó bajo los esquemas teóricos y metodológicos de la antropología social y cultural, donde según el Diccionario de Antropología de Thomas Barfield, la antropología cultural y la antropología social son tradiciones intelectuales diferenciables entre sí e incluso independientes. El uso de los términos “cultural” y “social” para delimitar ambas se popularizó en la década de 1930, aunque tal

divergencia ya había aparecido antes. En la actualidad estos dos términos no señalan una división de enfoque precisa, de tal manera que muchos antropólogos ignoran tal distinción. Pero para otros la diferencia continúa siendo importante, aunque sólo sea para delimitar estilos etnográficos diferentes. (Barfield, 2001: 43-48, citado por Rubén Crespo, 2016)

La terminología antropología cultural suele aplicarse a trabajos etnográficos de carácter holístico que se centran en estudiar cómo las diversas formas de la cultura afectan a la experiencia individual, o en ofrecer una visión global de las creencias, costumbres e instituciones de un pueblo. La terminología antropología social se aplica a los trabajos etnográficos que intentan delimitar un sistema concreto de relaciones sociales (la vida doméstica, las leyes, la política, la economía). En la antropología social se otorga mayor atención a las bases organizativas de la vida social. (Crespo, 2016)

En cuanto a las influencias nacionales e internacionales en el uso distinto de los dos términos, la antropología cultural continúa siendo la tradición dominante en Estados Unidos, y la antropología social lo es en Gran Bretaña. Pero, como nos advierte Barfield, las dos tradiciones no se corresponden exactamente con esa división. El antropólogo británico Edward Tylor (1832-1917) es considerado como el precursor de la antropología cultural. Por otro lado, se considera al antropólogo norteamericano Lewis Henry Morgan como la figura principal de la antropología social británica. Sin embargo, otros antropólogos, como Bronislaw Malinowski, huyeron de cualquier tipo de categorización. (Crespo, 2016)

Barfield nos cuenta algunas asimetrías interesantes entre la "antropología social" y la "antropología cultural". Según Radcliffe-Brown, los antropólogos sociales han visto a la antropología cultural como un campo de investigación distinto, mientras que los antropólogos culturales han

identificado a la antropología social como un sub-campo de la antropología cultural. Los antropólogos sociales han tendido a minusvalorar algunas de las principales preocupaciones de los antropólogos culturales, como los estudios de "cultura y personalidad", al suponer que están basadas en premisas erróneas. Por su parte, los antropólogos culturales se han referido a los antropólogos sociales como "quisquillosos adeptos de una doctrina excesivamente estrecha". La manifestación más explícita de esta desconfianza mutua fue el debate que tuvo lugar en 1951 en *The American Anthropologist* entre George Peter Murdock y Raymond Firth. (Crespo, 2016)

Entre los temas que perduran sobre la distinción entre la antropología social y la antropología cultural, Barfield se hace la siguiente pregunta: ¿Esta distinción es una mera cuestión de estilo o de tradición cultural (coloreada de identidad nacional) o si por el contrario apunta a una divergencia sustancial y filosófica más profunda? Barfield explica el argumento de esta última interpretación: (Crespo, 2016).

La antropología cultural, en la tradición de Boas, pretende aprehender la totalidad de la vida cultural humana. La antropología social aborda las bases organizativas de las sociedades humanas. En la práctica, algunos antropólogos culturales también dan prioridad analítica a la estructura social, y algunos antropólogos sociales, cuando analizan los sistemas sociales, aprehenden una gran parte de la vida cultural. Sea como fuere, uno de los enfoques es básicamente sintético, y el otro analítico e inductivo, (Barfield, 2001: 47, citado por Ruben Crespo, 2016).

La antropología sociocultural nació para estudiar la cultura humana de manera comparada, y para comprender de manera muy específica lo que se denomina cultura primitiva en el siglo XIX. De hecho, la obra más famosa de EB Tylor, escrita en 1871, se llama *Cultura primitiva*. Alarmados por la existencia de culturas muy diversas, los antropólogos evolutivos han intentado jerarquizar las culturas humanas según los



paradigmas que defienden, las clasificó supuestamente desde bárbaras hasta civilizadas. Estos intelectuales se sintieron especialmente atraídos por las personas que consideraban más primitivas, porque entendieron que en ellos había un origen humano, punto de partida de toda la evolución posterior. En su análisis, los evolucionistas colocan la cultura occidental en la cima de todas las culturas.

Al contrario de lo que pensaban los evolucionistas, las culturas no siguen una progresión fija, sino que, al contrario, innovan e incorporan elementos de otras culturas que las hace dar inmensos saltos en su evolución cultural. El crecimiento de los medios de comunicación y de los medios de transporte hace que la interacción entre las culturas sea sorprendente, registrándose una tendencia progresiva a favor de la igualdad. Las diferencias existentes en la actualidad entre culturas muy distantes se han reducido a la mínima expresión, lo cual explica la desaparición creciente de las lenguas y las culturas minoritarias, (E. Gómez, 2007:2).

La distinción entre la antropología social y la antropología cultural continúa estando presente en la antropología contemporánea, sin embargo, ha perdido fuerza y la mayor precisión que tuvo fue a mediados del siglo XX. Según Barfield, el declive de esta distinción podría deberse a la influencia del antropólogo francés Claude Lévi-Strauss, quien en 1949 declaró que "la antropología social y la antropología cultural eran parte de la etnología y virtualmente indiferenciables". (Crespo, 2016).

El proceso de humanización contiene un reconocimiento de identidad a la cultura, no puede estar ajena y evidentemente transfiguran el imaginario cognitivo del individuo, guiados por códigos específicos, de manera que toda cultura implica un sistema de valores y códigos de comunicación, estos se traducen a cultura, término que se imbrica en la antropología Cultural, y dentro de esta, la cultura humana enmarca las diferencias y semejanzas de conducta entre los grupos humanos., la descripción de las diversas culturas y de los procesos que los

caracterizan como una condición esencial de la existencia humana, (Castillo, 2014).

## **1.2. El concepto de cultura.**

Las culturas son tradiciones y costumbres, transmitidas mediante aprendizaje, que forman y guían las creencias y el comportamiento de las personas expuestas a ellas. Los niños aprenden tales tradiciones al crecer en una sociedad particular, mediante un proceso llamado enculturación, (Kottak, 2011: 5).

La cultura de una sociedad se conforma a base de muchas generaciones que van consolidando una serie de costumbres y creencias acerca de cómo son y deben hacerse las cosas, la concepción del mundo, la concepción del bien y el mal. La cultura es fundamental para la cohesión de las conductas y las creencias de los individuos que viven en una determinada sociedad, (Crespo, 2016).

El mecanismo más importante para la transmisión y el mantenimiento de las costumbres y creencias de cada cultura es el aprendizaje, un mecanismo inminentemente social mucho más influyente que la herencia biológica. "La cultura no es en sí misma biológica, sin embargo, descansa en ciertas características de la biología humana", (Kottak, 2011: 5).

E. B. Tylor quien acuñó una de las definiciones más clásicas de la cultura, y ya con el sentido que tiene hoy, en 1871, en *Cultura Primitiva*: "La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad", (E. Gómez, 2007:3).

La idea de Boas sobre la cultura se halla contenida en la siguiente definición: "Puede definirse la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación con su ambiente natural, a

otros grupos, a miembros del mismo grupo, y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos", (F. Boas, *The Mind of Primitive Man*, 1938, citado por OCW, 2017).

R. Benedict pone el acento en la condición selectiva de la cultura, al entender que ésta se ajusta a una elección entre las innumerables posibilidades que se le ofrecen, dando lugar a que cada cultura presente un perfil determinado y singular. Es, justamente, ella quien introduce los conceptos asociados de "pauta de cultura" y de "rasgo cultural", obedeciendo este último a cada una de las unidades que en su conjunto conforman la "pauta de cultura". Constituyen estas pautas el epicentro de las culturas, en torno al cual se ordenan los principios más relevantes de las mismas, (R. Benedict, 1934, citado por OCW, 2017).

Por otra parte, para Benedict la cultura es el conjunto (o la configuración) de conocimientos, creencias, valores, actitudes y emociones que caracteriza a una sociedad. No se trata de una mera acumulación de rasgos culturales. Las culturas tienen forma, constituyen modelos (*patterns*). Cada cultura es una totalidad y está integrada: "Si estamos interesados en los procesos culturales, la única forma con la que podemos saber la importancia del detalle seleccionado de la conducta es contrastándolo con los motivos, emociones y valores que hay detrás y que están institucionalizados en la cultura", (Ruth Benedict, 1934, *Patterns of culture*: 49-181).

Por su parte Harris plantea: "La cultura alude al cuerpo de tradiciones socialmente adquiridas que aparecen de forma rudimentaria entre los mamíferos, especialmente entre los primates. Cuando los antropólogos hablan de una cultura humana normalmente se refieren al estilo de vida total, socialmente adquirido, de un grupo de personas, que incluyen los modos pautados y recurrentes de pensar, sentir y actuar", (Harris, 1999, citado por Castillo, 2014).

Esta herencia social es el concepto clave de la antropología cultural, la otra rama del estudio comparativo del hombre. Normalmente se la denomina cultura en la

moderna antropología y en las ciencias sociales. (...) La cultura incluye los artefactos, bienes, procedimientos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados. La organización social no puede comprenderse verdaderamente excepto como una parte de la cultura]], (Malinowski, 1975:85).

Alfred Kroeber nos dice que la cultura consiste en un conjunto de patrones - explícitos o implícitos simbólicamente- que integran realizaciones características de los grupos humanos y sus materializaciones en artefactos; el meollo esencial de la cultura lo forman las ideas tradicionales (es decir, acumuladas por derivación y selección histórica) y, sobre todo, sus valores inherentes; los sistemas culturales pueden considerarse como resultados de la acción humana, por una parte, y como elementos condicionantes de ulterior acción, por la otra, (Kroeber, 1952).

Por otra parte Geertz dice: que la cultura se comprende mejor no como complejos de esquemas concretos de conducta –costumbres, usanzas, tradiciones, conjuntos de hábitos–, como ha ocurrido en general hasta ahora, sino como una serie de mecanismos de control –planes, recetas, fórmulas, reglas, instrucciones (lo que los ingenieros de computación llaman “programas”)]– que gobiernan la conducta]] (Geertz, 1987:51).

Sin embargo, Cresswell nos dice que la cultura es la configuración particular que adopta cada sociedad humana no sólo para regular las relaciones entre los hechos técnico-económicos, la organización social y las ideologías, sino también para transmitir sus conocimientos de generación en generación. (Cresswell, 1975:32).

Dominique Perrot, Preiswerk y Roy definen la cultura como el conjunto de los valores, comportamientos e instituciones de un grupo humano aprendido, compartido y transmitido socialmente. Abarca todas las creaciones del hombre: las cosmogonías [visión del mundo], los modos de pensamiento, la imagen del hombre, los sistemas de valores, la religión, las costumbres, los símbolos, los mitos; pero también sus obras materiales: la tecnología, los modos de producción,

el sistema monetario; además, las instituciones sociales y las reglas morales y jurídicas, (Perrot, Preiswerk, Roy, 1979: 39).

### **1.3. La antropología y la globalización cultural.**

La antropología al día de hoy se presenta como una nueva forma de estudiar las problemáticas sociales y culturales, no solo se centra en un lugar específico, ya sea un pueblo o una localidad o a un grupo con características similares; sino que se trata de elaborar un estudio de diferentes momentos y espacios. En el caso de la ola coreana, esta tiene que ser tratada desde la antropología y la globalización cultural, donde se ha inmiscuido en diferentes planos del tiempo y del espacio en todo el mundo, sin embargo, en esta tesis se centrará en el caso de los jóvenes de Toluca, México, que asisten a la Friki Plaza, siendo ellos los que interactúan, consumen e integran elementos de la ola coreana a su vida diaria, compaginando como un estilo de vida propio.

Según lo muestra Pratt, que logra bajar al terreno cuestiones frecuentemente ubicadas en el ámbito especulativo, acerca de la movilidad y la globalidad, además de componer una potente crítica de los usos comunes de nociones como la propia globalización y el empleo recurrente de la metáfora del flujo (Parajuá, 2011: 391).

Por otro lado, Daniel Parajuá menciona que se revisan algunos temas y temáticas del trabajo etnográfico, así como el propio espacio de trabajo antropológico. De esta forma, el texto de Finnegan presenta el estudio de la música como un tema relevante en la antropología, no tanto por ser uno de los elementos mapeables de la cultura, sino, una vez cuestionada su subordinación y sesgos elitistas, como eje de análisis cultural. García Canclini y Martín Barbero aportan dos interesantes textos sobre antropología urbana. (Parajuá, 2011: 391).

Corea del Sur ha logrado difundirse por medio de la ola coreana estableciendo relaciones de política, de economía internacional, y cultural popular; lo anterior refleja como Corea del Sur ha sabido fomentar el interés por su cultura por medio

de la globalización hacia otros contextos, creando vínculos económicos, culturales e identitarios al exterior, donde los individuos se apropian de ella y le imprimen un carácter propio.

Para comprender este tipo de procesos culturales en referencia a la ola coreana o la cultura coreana hay que entender la función de la antropología y la globalización cultural. De acuerdo con Rosas la constitución del mundo como un todo, es producto de múltiples procesos globalizadores, como el capitalismo, el imperialismo occidental, la formación de sociedades nacionales, entre otras (Rosas, 1993: 79).

También Rosas hace mención de que la fase de globalización acelerada ha tomado lugar desde los ochenta y se caracteriza por la intensificación en el movimiento mundial (Rosas, 1993:79). Aquí mismo se menciona que existen transformaciones culturales que son impulsadas por los procesos de globalización, algunas de esas transformaciones son: el distanciamiento entre tiempo y espacio, la desterritorialización de la producción cultural y el surgimiento de culturas globales, mismas que son sumamente relevantes para comprender el fenómeno cultural de la ola coreana (Rosas,1993: 81).

Sobre el distanciamiento entre el tiempo y espacio, se explica que a lo largo del tiempo se va modificando el concepto de temporalidad, puesto que el proceso en el que el tiempo se adecúa a las exigencias de una civilización urbano-industrial, con la homogeneización de los calendarios y de los horarios entre regiones que a palabras de Giddens, en Zabludovsky, es justamente la separación entre tiempo y espacio [la condición que permite ser simultáneamente locales y globales], (Giddens, citado por Zabludovsky, 1992: 34). Por otra parte, la idea de una comunicación tiende a privilegiar la instantaneidad en detrimento de los tiempos locales. La modernidad-mundo que vivimos, dice Renato Ortiz, se apoya sobre la noción de ubicuidad, es decir, estar presente en todas partes al mismo tiempo, haciendo que partes distantes del sistema puedan hablar entre sí, (Ortiz, citado por Rosas, 1993: 6-7).

En cuanto a la desterritorialización, García Canclini dice, "la mayor parte de los bienes y mensajes que se reciben en cada nación no se han producido en su propio territorio, no surgen de relaciones peculiares de producción, ni llevan en ellos signos exclusivos que los vinculen a la comunidad nacional, sino otras marcas que más bien indican su pertenencia a un sistema desterritorializado", (García Canclini, 1992: 32-33, citado por Rosas, 1993: 81). La desterritorialización de la cultura se ve agravada por el crecimiento exponencial de la migración internacional, así como por la existencia de múltiples culturas que se reproducen de manera permanente lejos de sus lugares de origen.

El nacimiento de culturas globales es otra de las transformaciones culturales, se refiere al surgimiento de una cultura global, donde la sociedad de consumo es una de sus expresiones, sin la modernidad-objeto que se observa en las calles, los parques, centros comerciales, mercados, objetos, etc., difícilmente una cultura mundializada tendría la oportunidad de florecer, (Ortiz, citado por Rosas 1993: 14).

Pero va más allá del consumo de productos similares por todo el globo: podemos encontrar grupos de personas que, habitando lugares diferentes, comparten ciertas visiones del mundo, necesidades de consumo, disponibilidades cotidianas y estéticas. Frente a las interpretaciones de tal fenómeno, que pregonan el advenimiento de un mundo en el cual las necesidades y los deseos se encontrarán enteramente homogeneizados de manera que a un mundo global corresponderá una cultura global única e imperativa, la antropología ha manifestado una perspectiva alternativa, que si bien reconoce la mundialización de ciertos fenómenos culturales, también admite la vitalidad de las culturas locales. Considerando que hay poco prospecto de una cultura global unificada, se inclina más bien por el reconocimiento de la existencia de culturas globales, en plural.

Con ello podemos observar que tanto la cultura coreana, como las culturas del mundo en general y con la ayuda de la globalización, hacen posible que los jóvenes hallyu consuman elementos de la ola coreana, asimismo se relacionan, modifican sus patrones de comportamiento, se adecuan y elaboran su propio estilo

de vida e identidad; la ola coreana es un movimiento claramente con facilitadores, que son expuestos al exterior, aunque exista un distanciamiento con el espacio o el tiempo, en este momento millones de personas de todo el mundo pueden estar escuchando la misma canción, bebiendo la misma marca de refresco o quizás comunicándose de un país a otro, y eso es abrir paso a las transformaciones culturales.

Se piensa que lo global es un mundo conectado con movimientos continuos y acelerados, se presupone como principal característica cuando se habla de culturas juveniles, asimismo se unen nuevas formas de inclusión por medio del consumo de productos y la necesidad de buscar nuevas experiencias, con el objetivo de conectar con otras culturas.

Antes los jóvenes se emancipaban a través del trabajo, el estudio y el matrimonio. Ahora, para muchos, las vías preferentes son la conectividad y el consumo. Estos nuevos medios de independización de la familia no sustituyen generalmente los anteriores; con frecuencia, se articulan con ellos, y anticipan, desde la primera adolescencia, un horizonte ajeno a los padres (García Clanclini, 2005:64, citado por Urcola: 2008:26).

También se explica que, aunque los jóvenes no logren una movilidad, pueden simular estarlo, encontrando o buscando aceleradamente nuevas maneras de conectarse socialmente y globalmente, (Urcola, 2008:28).

También Clanclini describe los cambios culturales en la globalización, y explora las alternativas para gestionarlos de otra manera; dicho de otra forma, él explica que la globalización se debe de ver de diferentes formas, puesto que esta es imaginada y vista de distintas maneras por los diferentes sectores de la población, como en el sector específico de los jóvenes. Cuando se habla de globalización se le alude a la modernidad, pero esta trae consecuentemente desigualdades, y consecuentemente diferencias y desacuerdos, (Rodríguez, 2000:97). Lo que



comprueba una vez más, el cómo se ve, se piensa y se analiza la globalización cultural.

La antropóloga Reguillo hace mención de dos premisas, la primera como punto de partida es la enorme diversidad que cabe en la categoría de "jóvenes": estudiantes, pandilleros, punks, millennials, empresarios, juerguistas, desempleados, asesinos, la modernidad, crisis y desencanto. En la segunda premisa está enmarcada por el contexto que sirve de referencia al mundo en el que viven estos sujetos nómadas: orden social marcado por la migración constante, mundo globalizado, reencuentro con el localismo, tecnología de la comunicación, desencanto político, mainstream. La erosión del discurso y el deterioro de los símbolos de unidad, combinado con la profunda crisis estructural de la sociedad mexicana, es parte integral del escenario en el que miles de jóvenes interpretan semánticamente el mundo y lo utilizan todos los días.

Sin embargo, se han sugerido algunas "vías de escape" que obligan a repensar la definición del sujeto juvenil, cuya (re)definición está directamente relacionada con la llamada "ciudadanía cultural", según Reguillo (2003):

Primero, resulta evidente que la realización tecnológica y los valores que se le asocian, lejos de achicar la brecha entre los que tienen y los que no, entre los poderosos y los débiles, entre los que están dentro y los que están fuera, la ha incrementado. La posibilidad de acceso a una calidad de vida digna es hoy para 200 millones de latinoamericanos un espejismo. Si este dato se cruza con el perfil demográfico del continente mayoritariamente juvenil, no se requieren grandes planteamientos para inferir que uno de los sectores más vulnerables por el empobrecimiento estructural, es precisamente el de los jóvenes.

Segundo, en lo que toca a la adquisición de la ciudadanía, uno de cuyos soportes fundamentales es el derecho a la integración plena en la sociedad, el problema es complejo ya que el papel que la ciudadanía ha desempeñado en torno a la constitución y su vinculación con ciertas

categorías sociales es ambiguo y contradictorio. En México la ciudadanía se otorga a una edad en la que los jóvenes están muy lejos aún (dependiendo de los niveles socioeconómicos) de acceder a una plena integración al sistema productivo, tanto por el deterioro de los mecanismos de integración (crisis político-cultural), como por la incapacidad real de las instituciones para absorberlos (crisis político-económica). Puede señalarse aquí, a manera de ejemplo, el debate en torno a la disminución de la edad penal, de cuyas múltiples repercusiones se señala exclusivamente la contradicción y el conflicto societal que implica fijar unos criterios "móviles" que otorgan parcialmente a una edad, penalizan a otra y no incorporan a los sujetos en un sentido pleno.

En tercer lugar, la importancia creciente de las industrias culturales en la construcción y reconfiguraciones constantes del sujeto juvenil es un hecho que sale al paso de cualquier observador. El vestuario, la música y ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, elementos que se ofrecen no solo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino fundamentalmente como lo que los publicistas llaman con gran sentido "un concepto, un estilo". Un modo de entender el mundo y un mundo para cada necesidad, en la tensión-identificación-diferenciación. Efecto simbólico – no por ello menos real – de identificarse con los iguales y diferenciarse de los otros, especialmente del mundo adulto" (Reguillo, 2003, 105-106).

Tomando en cuenta a la autora, el estilo es una forma de identificar a los jóvenes y cómo estos están dentro de un grupo, donde se identifican por ciertas características o elementos como lo es su forma de vestir, la música que escuchan para poder ir construyendo una identidad.

Por otro lado la antropóloga Renée de la Torre hace mención del constante desplazamiento de la fragmentación del mundo que vacila entre la modernidad y la

tradición produce en el individuo fenómenos de pérdida o innovación, abandono y retorno, desencanto y reencantamiento del mundo.

La comunicación masiva cumple un papel fundamental en la producción y difusión de los grandes mitos de la civilización contemporánea. Es un gran competidor de las iglesias históricas en la producción colectiva de lo sagrado, en la medida que consagran el consumo, el bienestar, el culto al cuerpo, el drama deportivo, la euforia alrededor del rock, etcétera (Mardones 1994, citado por Renée de la Torre Castellano 1996: 162).

Renée de la Torre retoma de Canclini este tipo de nueva racionalidad que llama al caos en lugar del orden, revivir la ilusión es más importante que la verificación experimental, dislocar el tiempo y el espacio en el proceso de globalización cultural local y construir una nueva dimensión de distancia, que se llama posmoderno racionalidad.

Existe un fenómeno de desterritorialización de la cultura, una nueva forma en la que se conforman y organizan las identidades culturales, me refiero al efecto cultural que tienen las nuevas tecnologías de comunicación electrónica (televisión, satélites, computadoras, modem, fax, celular) que conectan y reubican la cultura local en las redes de globalización transnacional (García Canclini 1994: 8; 1995: 46, citado por Renée de la Torre Castellano 1996:164).

Se puede observar que la globalización es un factor importante para los jóvenes, ya que este es un medio para poder comunicarse y obtener información de una manera rápida sin la necesidad de salir de sus casas y que gracias a las nuevas tecnología se ha ido modificando la interacción entre los jóvenes.

El investigador social Rogelio Marcial dice que se hayan diferentes formas de organización, de expresión, o modas juveniles de las culturas en general, que son retomadas por los jóvenes en muchas partes del mundo, de hecho, actualmente

es mayor visto, precisamente por los procesos de intercomunicación global que se han consolidado durante los últimos veinte años, (Marcial, 2006:2), como sucede en el fenómeno de la ola coreana o el *hallyu*.

Tal como lo expresa Rogelio Marcial, existen jóvenes que construyen lazos de identificación y reproducción desde nuevos referentes culturales, culturas juveniles que hacen de las nuevas tecnologías su ámbito de expresión y reproducción cultural; asimismo expone que miles de jóvenes han encontrado en el lenguaje global de las computadoras un campo idóneo para entrar en comunicación y desarrollar actividades educativas, de información, recreativas y de ocio (Marcial, 2006:85).

Por otra parte, Marcial dice que en el crecimiento de una ciudad se desarrollan también procesos de diferenciación cultural, no sólo económica: "Los grupos sociales que conforman una ciudad tienen diferentes orígenes, formas de reproducción y expectativas, haciendo que la gama de expresiones sociales desborde, ocasionando que frecuentemente exista algún tipo de políticas públicas culturales", (Marcial, 2006: 94). A lo que el autor detalla que seguirán apareciendo espacios culturales con visiones diferentes o como él lo define "alternativas", satisfaciendo las inquietudes de la población juvenil, la cual es cambiante y dispuesta a la experimentación (Marcial, 2006: 94).

El sociólogo José Manuel Valenzuela nos dice que la juventud, es un concepto que no tiene contenido fuera de su contexto histórico y sociocultural, ya que con el tiempo la condición de la juventud ha cambiado fundamentalmente. Los límites y los marcos de tiempo dentro de los cuales emerge el estatus de la juventud en diferentes países varían, dependiendo de su progreso económico. Además de las transiciones sociodemográficas y las desigualdades en los niveles de desarrollo entre países, el concepto de juventud también forma parte de las características básicas de clase social. Para quienes suscriben algunos aspectos de enterrar los factores estructurales como factores condicionantes centrales en el comportamiento social.

Un elemento central en el análisis que hace José Manuel Valenzuela sobre los cambios en el proceso de identificación juvenil, es el concepto de biocultura, ya que esta participa como elemento central en la reconstrucción y reposicionamiento de los jóvenes en la sociedad global, frente a otros jóvenes y frente a ellos mismos. La biocultura se refiere a la semantización del cuerpo y la disputa por su control, pero también su participación como elemento de resistencia cultural o como expresión artística.

De esta manera, se confrontan significados por medio del vestuario, como ocurre con los punks –quienes devienen murales ambulantes o murales nómadas que portan sus reclamos en la forma propia de vestir, en el cabello y en la gestualidad–, o la incorporación de tatuajes y perforaciones que aluden a la delimitación de poder sobre sí mismo, pero también es un importante sistema comunicacional de autoproyección y de búsqueda de imágenes desde donde se quiere ser interpretado por los otros. (Valenzuela, 2009, citado por El Colegio de la Frontera Norte: 2015: 13-14).

#### **1.4. La música y la globalización.**

El término *k-pop* surge por la globalización y el movimiento de la cultura joven, teniendo en cuenta que el *k-pop* es una de las industrias de entretenimiento que exporta Corea del sur en la famosa cultura *hallyu* o la ola coreana, un movimiento internacional que exporta también series de televisión de producción completamente local en idioma coreano, conocidos como *doramas* o *k-dramas*, estilos de moda y maquillaje inicialmente a países asiáticos y propagándose a otros continentes.

Es importante recalcar que la moda de la ola coreana se extendió hasta la cultura tradicional, gastronomía, literatura, aprendizaje del idioma coreano, etc. KOREA.net, Atrayendo cada vez a un número mayor de personas, sin embargo, una gran mayoría de las organizaciones que están relacionadas con el *hallyu* son

clubes de fans de *k-pop*, pero también hay varias comunidades de personas que están interesadas en los dramas coreanos, la comida, el turismo, y mucho más.

El término *k-pop* como tal, surge de „K“ (Korean, es decir, coreano en inglés). Con lo cual, se trata de una clara abreviación de *‘Korean Pop’* que en español sería pop coreano. Sus orígenes principalmente se basan en Corea del Sur, uno de los países más influyentes de Asia. (Happyfm, 2021)

Comenzó a escucharse la música coreana a partir de los años 90. Fue en este tiempo cuando surgieron los primeros grupos coreanos con cierta inclinación por los sonidos occidentales. Uno de los más conocidos fueron *Seo Taiji and Boys\** el cual era un grupo de tres chicos. A pesar de todo, el año que marcó un punto en todos los aspectos fue 1992, ya que en ese año debutó el grupo de *Seo Taiji and Boys*. (Sofía Blanco, 2019: 2).

En la música popular de Corea del Sur al pasar de los años se van observando ciertos cambios, en donde van añadiendo otros elementos como lo es el rock, el rap o el tecno. En 1995 apareció la primera agencia musical o agencia de talentos, que no es más que una compañía de entrenamiento que gestiona todos los movimientos del grupo o solista que pertenezca a dicha empresa.

La conquista de la música coreana en Asia, se basó en dos elementos. El primero es el papel de las empresas de entretenimiento que asentaron sus operaciones en la danza y la producción musical. Estas empresas comenzaron a fusionarse, creando pequeños emporios, donde los artistas eran formados desde jóvenes para insertarse en el mercado. Hasta el día de hoy, se mantiene y es lo que llevó al éxito de los productos musicales. El segundo elemento es el factor económico, basado en los incentivos del mercado y los precios. Corea del Sur, al tener una economía altamente competitiva, facilitó la constante innovación en los procesos de distribución de la música. Eso permitió que fuera mucho más económico producir y distribuir la misma, por encima de otros países altamente

industrializados como Japón o Inglaterra. Es una industria diferente a la que podemos encontrar en Occidente. Las empresas surcoreanas, tienen una alta influencia de sus productos en su sociedad, saben cómo darle en la tecla. Además, trabajan para captar público extranjero y expandirse cada vez más, rompiendo fronteras tanto territoriales como en el habla (Sofía Blanco, 2019: 2-3).

Donde Jenkins nos dice que desde finales del siglo XX se manifiesta la progresiva tendencia a mercantilizar y manifestar el consumo del arte y particularmente de la música, ofreciendo los mismos bienes culturales en múltiples soportes, lo que se ha dado en llamar "la convergencia de la cultura" (Jenkins, 2008 citado por Martínez, Sangrario, 2011). La convergencia hace referencia a aquello que coincide en una misma posición o que tiende a unirse o a encontrarse con algo, de este modo, puede decirse que la convergencia es la característica de dos o más elementos que se juntan en un cierto lugar.

La globalización permite el intercambio de elementos y la fusión de aspectos ajenos con su propia cultura. Esto no significa que una cultura esté adaptada a otra, sino que constituye una variedad de elementos que pueden ser compatibles o no entre sí, distintos del significado que nosotros mismos le hemos atribuido, en este caso con la música *k-pop*, la cual tiene diferentes elementos que la componen.

El autor Javier Hernández nos dice que estos tiempos de "global" y "digital", donde los territorios y los ciudadanos están asociados con nuevas tecnologías; En tiempos de internacionalización del mercado, liberalizando los sistemas económicos, la digitalización de las empresas, en las que la revolución tecnológica ha cambiado los modelos comerciales y ha cambiado los procesos de organización de las empresas, no se puede perder en esta industria musical. (Hernández, 2015).

Así mismo se han proporcionado música multinacional durante décadas, compañías discográficas, los gigantes se han alojado la mayoría de los beneficios de la producción de álbumes; Sin embargo, recientemente, deben tener el impacto de la piratería de la música por primera vez, luego descargar Internet ilegal (formato MP3).

De acuerdo con Javier Hernández el acceso global a las nuevas tecnologías de producción de música multiplica la creación de nuevos grupos, así como nuevos diseños y sonidos. Las bandas a menudo se promueven a través de canales en línea como *YouTube*, redes sociales y transmisiones digitales multimedia en forma de "juego en línea". Las compañías de discos se ven obligadas a fusionarse o desaparecer, apareciendo a partir de nuevos sellos independientes. Muchas bandas (refuerzan la creación) han elegido la producción y distribución de sus propios álbumes aprovechando las nuevas tecnologías y las nuevas micro financiamiento y las formas colectivas. (Hernández, 2015)

Las visitas consolidadas son la mejor herramienta para lograr y maximizar las ganancias de la banda, agregamos fondos de grandes marcas (compañías de agua, industria automotriz), bienes, como nuevas formas de obtener festivales de ingresos son comunes y unificados (también patrocinados por grandes marcas), girando en las marcas de prestigio nacionales e internacionales, el formato musical de las masas, creando la oportunidad de ver al público ver y escuchar un rango. El grupo (veteranos y personas nuevas) se centran en el espacio y el tiempo, por un precio particular y asequible, (Hernández, 2015).

### **1.5. Concepto de cultura juvenil.**

Raymond Williams, citando a Herder, hace referencia al origen del concepto en el sentido social de cultura, hablando de "culturas", donde entra a "aceptar su variabilidad y reconocer dentro de toda cultura la complejidad y viabilidad de sus



fuerzas configurativas|| (Williams, 1980). Así la cultura terminó convirtiéndose en "todos los estilos de vida||, por lo que la cultura, que en sí misma, en virtud de la variación y la complicación, comprende no sólo sus objetos, sino también las contradicciones a través de las cuales se ha desarrollado, (Williams, 1980).

La definición de cultura ha sido relacionada con los tipos de prácticas, que se excluyen o se incluyen dentro de ella, sin apartarse de la conjunción con la expresión práctica de la cultura. Por lo que la cultura, expresa Williams, viene a ser una forma de vida global entrelazada con el modo en que ella es experimentada por los agentes sociales. En ese sentido la cultura se va llenando con los conceptos de prácticas sociales que tengamos alrededor, (Williams, 1980).

Al hablar de la cultura nos hacemos referencia a una serie de creencias, formas de organización, costumbres y formas de producción, que incorporan los sujetos en sus prácticas sociales, ya sean éstas de carácter individual o colectivo. Muchas veces los elementos incorporados en esa práctica social son reflejados en las diversas expresiones de la misma, lo que ha llevado al camino confuso de la interpretación conceptual de cultura, de acuerdo a su reflejo expresivo o a la utilización de éste. Así es que el término cultura se ocupa ambiguamente, para denotar el conocimiento de las personas o como se expresa a través de los campos de las artes o de la estética.

El campo de las prácticas sociales, que reflejan la cultura de los individuos, ha sido encapsulado por autores como Adorno y Horkheimer (2004), como "industria cultural||, donde existen rasgos de semejanza de un colectivo de sujetos. Hoy en día esta industria, dicen los autores, se representa monopolicamente y abierta, sin ocultar sus fines, la que hoy en día se globaliza y guía al unísono a todo el mundo. Manipula la idea de cultura, y la reflexión que ésta podría generar en los individuos. El irrupimiento de nuevas formas de arte, en el cine, luego en la televisión y hoy en Internet, trata de mostrar una sola cultura y de difundir ideologías determinadas. La cultura ha pasado a ser un fetiche, una mercancía y/o

un estilo de vida, que los medios intentan plasmar a la ambición de los sujetos, (Adorno et al., 2004:18).

En este intento de encasillar la "industria cultural", desde un poder monopólico encima de ella, se ha escapado de un control absoluto con la entrada cada vez más fuerte de los procesos vinculados a la modernidad, a la industria cultural; en especial con la variable global de la expresión de ellas; por que la cultura a pesar de ser una práctica social relacionada a los sujetos, hoy esta práctica se da relacionada con un proceso globalizado, que modifica sustancialmente la forma de las prácticas sociales, (Adorno et al., 2004).

Cuando incorporamos la variable de la globalización en la industria cultural, no es sólo un antojo discursivo. Obviamente que desde el sentido común, asociaremos la globalización con las prácticas económicas, con el predominio neoliberal que afecta al mundo, pero la globalización, comprende también un cambio en las relaciones socioculturales. Se da una intensificación de la industria cultural, tanto de un sector dominante de los masa media, reflejados en lo que respecta a la juventud en una cultura, pero también se da una apertura de otros medios como es el Internet, donde son especialmente los jóvenes los que tienen acceso a las nuevas formas de comunicación que proporciona y que desarrolla, fluyendo nuevas formas de relaciones sociales y un reflejo de las prácticas sociales de los jóvenes, quienes se empoderan esencialmente de este medio, (Adorno et al., 2004).

En ese sentido la cultura mirada desde una perspectiva global, se puede reflejar bajo una metáfora donde la apertura masiva de las prácticas culturales, en especial a través de internet, se asemeja a una "bodega virtual", es por eso que existen diversos tipos de cultura, (Adorno et al., 2004).

En ese sentido, cada quien busca lo de su interés, el producto o información con el que se identifica. Eso pasa con la "Bodega Virtual"; en la globalización cada cual busca los temas que son de su interés, y se identifica con ellos, creando sus

propias prácticas sociales, su propia cultura, que se construye por elementos que son adquiridos y buscados dentro de la "bodega virtual", (Adorno et al., 2004).

De esta misma manera, ante la diversidad de oferta de la industria cultural, los jóvenes se ven aproximados a un sinnúmero de información, de la que van adquiriendo diferentes prácticas sociales para la construcción de su cultura, lo que muchos han clasificado como "cultura juvenil".

En un sentido amplio, las culturas juveniles refieren el conjunto de formas de vida y valores, expresadas por los grupos de referencia "en respuesta a sus condiciones de existencia social y material", (Feixa, 1998); quienes se ven afectados por el acceso generacional a la diversidad cultural que existe.

El término de "cultura juvenil" surge ante la emergencia de la juventud como nuevo sujeto social, en un suceso que tiene lugar en el mundo occidental especialmente a finales de los años 50, y que se traduce en "la aparición de la micro-sociedad" juvenil, con grados significativos de autonomía con respecto a las instituciones adultas, que se dota de espacios y de tiempos específicos", (Feixa, 1998). Los estudios van desde la descripción de las pandillas, como base de estudios de la relación delictual de los jóvenes, hasta los fenómenos cambiantes, influenciados por la industria cultural, generando cambios actitudinales especialmente con la música y otras prácticas sociales expresivas.

Los términos utilizados para hacer referencia a la "cultura juvenil", han sido diversos, podemos así observar los términos de "subcultura", "contracultura", "nueva cultura", los cuales parecen estar repitiendo el juego "clasificador" de un fenómeno, (Feixa, 1998). De esta manera Carles Feixa explica que "la reacción juvenil es entendida como contracultura, bien podría decirse que se trata de un rechazo a las instituciones de la modernidad pero no se sitúa en una acción contra la cultura, sino contra aquellos saberes-instituciones que enmascaran el poder". Por otro lado, agrega Feixa, si aceptamos designar a las prácticas sociales de los jóvenes como subculturas, implícitamente aceptamos también una concepción

desarrollista o de minoría de edad".. Como bien señala Feixa, habrá que denominarlos simplemente, "culturas juveniles", (Feixa, 1998).

De acuerdo a Zarzuri las relaciones sobre juventud y cultura han estado centradas en tres enfoques, centrales al momento de articular estos conceptos. El primer enfoque está asociado a la Escuela de Chicago, que se va a interesar en las transformaciones que está sufriendo la ciudad producto de la modernización industrial. Un segundo enfoque surge asociado con el rock, el cual se convertirá en el centro de una nueva "cultura juvenil" asociada a la música, la cual será asumida por las industrias culturales. Y por último un tercer enfoque relacionado con el concepto de contracultura juvenil, destacándose la oposición de las culturas juveniles a la racionalidad propia de las sociedades modernas, (Zarzuri, 2000:81-96).

Hay que tomar en cuenta que aunque mencionamos que es a mediados del siglo pasado que empieza a tomar fuerza el conceptualizar y realizar estudios culturales sobre jóvenes, no es nueva la temática, desde la reflexión de diversos ámbitos y épocas, encontrándonos de esta manera las reflexiones aristotélicas, sobre los cambios que se producían en la juventud y en su práctica social. Esta práctica social, está relacionada permanentemente con la "ruptura que se ha producido entre las generaciones adultas y las generaciones jóvenes" (Mead, 1970).

Esta ruptura acrecentada por los rasgos de la modernidad y la globalización, son los que afectan a las relaciones sociales, antes descritas como generación, en que la mayoría de la población que transita por la juventud se ve expuesta a la diversidad de prácticas sociales. Pero es en el ámbito de las relaciones en los grupos de referencia, que los jóvenes irán "optando" las prácticas que para ellos sean representativas, de esta forma reflejarán estilos y actitudes, por ellos elegidos y con los cuales se sientan identificados.

En ese sentido, Maffesoli (1988), habla de una complejidad de la cultura dentro de los jóvenes, llevándolos a un proceso de tribalización de la sociedad moderna,

donde se da el surgimiento de, las por él denominadas, "tribus urbanas". Estas formas de socialización se dan con fuertes particularidades y con parecido en la afinidad a estas características por sus integrantes, que reflejan las distinciones entre los grupos de referencia. Estas características son muchas veces observables en factores movilizadores de estos jóvenes como son por ejemplo la música en los grupos de hip hop, metaleros o los cumbieros—, o bien por su vestimenta —góticos, punk, a como puede ser el deporte los *skaters*, a través de clubes deportivos del barrio o las barras bravas, como también en factores de carácter fuertemente ideológico como es el caso de los mensajes antisistema de los graffiteros o los skinhead; los jóvenes manifiestan así diferentes prácticas sociales, que van adquiriendo su especificidad, dentro de una sociedad compleja, lo cual marca un estilo que se convierte en lo distintivo de las culturas juveniles.

También menciona Maffesoli, que para poder analizar el impacto que tiene la globalización en los jóvenes es necesario considerar los cambios sociales que presenta la globalización en la organización social, (Maffesoli, 1988).

Como menciona Feixa (1998) se da la "manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresadas en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo".

En este sentido, las manifestaciones de las prácticas sociales de los jóvenes, por lo general no son una sola forma de expresar esa "cultura juvenil", sino que es un híbrido cultural, que utilizan los jóvenes en búsqueda de su propia identidad. Podemos reafirmar que ante la complejidad que enfrentan los jóvenes con esta suerte de modernización de las industrias culturales, se da un "creciente tráfico entre culturas que origina la globalización, lo que indica que la desaparición del vínculo entre cultura y lugar viene acompañado por un entrelazamiento de estas prácticas culturales desarraigadas, que producen nuevas y complejas formas híbridas de cultura"(Tomlinson, 2001).

En lo híbrido los símbolos adquieren nuevos significados; Canclini alude a los fenómenos de la cultura que han sido absorbidos indistintamente para la formación de una nueva cultura. Por lo que podemos atrevernos a afirmar dentro de esta mirada, que es a partir del conjunto de procesos en que estructuras o prácticas sociales discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas en los que se mezclan los antecedentes (Canclini, 1990).

La juventud, en sus grupos de referencia, se empodera de los elementos brindados por la industria cultural, adoptando aquellos que lo identifiquen, adaptándose a sus espacios definidos. De esta manera podemos ejemplificar que los grupos afines a las prácticas definidas como *k-pop*; quienes no sólo se identifican con un estilo de vestimenta, si no con estilos expresivos a través de la música, la cual podrá tener un ritmo de carácter global, pero el contenido de sus letras, tal como lo expresan diversos estudios a nivel mundial, va a ir acorde con realidades y situaciones de vivencias de los jóvenes en sus espacios locales. Es en sus propios espacios, delimitados por las prácticas sociales particulares a cada grupo de referencia, que se manifiesta la hibridez cultural.

Vemos que en la etapa juvenil, no sólo adquieren características de estilos, sino también, van adquiriendo conciencia en cuanto a un sentido de observar e interpretar la realidad, expresadas también a través de las ideologías que pueden profesar o defender desde su grupo de referencia.

Recapitulando, la cultura juvenil, se refiere a las prácticas sociales, resultado de la hibridez cultural de su inserción en la modernidad y los medios proporcionados por la globalización, reflejadas dentro de sus espacios propios y dentro de una etapa generacional determinada.

## 1.6. La cultura coreana y la expansión del *hallyu* u “ola coreana”.

El *hallyu* (한류) u ola coreana es un fenómeno cultural registrado desde el final de los años 90, consiste en la producción, consumo y exportación de producciones musicales, visuales y audiovisuales de la República de Corea del Sur hacia otros países del este de Asia en primer momento, abarcando luego el resto del mundo. En un principio, el *hallyu* se desarrolló en la esfera privada de la economía. Sin embargo, después este fue incentivado por el estado y así, ha sido clave en la promoción y difusión de la imagen de Corea en muchos países alrededor del mundo, (López Rocha, 2015:171).

El término *hallyu* se registra según Zhang (2006) a finales del año 2000 en el diario chino *The People's Daily* (El diario del pueblo) que, como parte de un reportaje sobre este fenómeno, compone el término a partir de las palabras *Han-Corea* y *lyu-río*, consolidándose a nivel mediático hasta ser aceptada globalmente. De este modo, se muestra cómo la palabra que define a la cultura pop coreana es un préstamo chino, (Zhang, 2006).

Catalogado como un fenómeno cultural por sus alcances a nivel internacional y por ser un elemento difusor y diseminador de la cultura coreana durante la última década, este movimiento sin precedentes denominado *hallyu* u ola coreana, ha sido clave en la promoción y difusión de la imagen de Corea en muchos países alrededor del mundo. Debido a la importancia que este flujo cultural ha conseguido en los últimos diez años, su definición ha ido tomando e integrando durante su proceso de desarrollo, diferentes rasgos. Actualmente la música pop o *k-pop* se ha convertido en el elemento más popular contenido dentro de la llamada cultura pop coreana que, a su vez, se convierte en la imagen del país hacia otras latitudes. El *hallyu* como un fenómeno sociocultural de características híbridas, el cual contiene tanto elementos de la cultura popular coreana, tradicional y moderna, como elementos de la llamada cultura global, mezclandolos de una manera peculiar en el contexto local, definiéndose como auténticamente coreanos.

Por híbrido, de acuerdo a Kim y Yang (2006), Ryou (2008) y Shim (2004) citados por Yoon, se entiende "una mezcla cultural de influencias occidentales. Los productos culturales exportados a Asia en nombre de la ola coreana deben ser vistos como variaciones de la cultura o híbrido occidental" (Yoon, 2015:426), no como un producto exclusivamente coreano. El concepto de hibridación cultural fue desarrollado por el argentino Néstor García Canclini en el libro *Culturas híbridas* (1990), fundamental para los estudios culturales como disciplina, que más tarde comienza a utilizarse como unidad de análisis de los investigadores interesados en los estudios coreanos. García realizó una redefinición de acuerdo a la discusión epistemológica posterior a la publicación del libro, definiendo hibridación como los "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas" (García Canclini, 2003: 3).

Retondar (2008) afirma que el constructo "hibridación cultural" resulta particularmente útil cuando se estudia el espacio de interrelación entre dos esferas sociales, a modo de estructura interna y externa. Ninguno de estos procesos cultural es 100% homogéneo, así, el espacio de interrelación del *hallyu*, no se da particularmente con los Estados Unidos, los países de Asia del Este o con Latinoamérica, sino que también se manifiesta entre la generación joven y adulta de Corea, el campo y la ciudad, la capital y la provincia, y es por tanto un proceso de continua evolución (Retondar, 2008: 33-49).

Más tarde, García Canclini afirma que:

"Estos procesos incesantes, variados, de hibridación llevan a relativizar la noción de identidad. Cuestionan, incluso, la tendencia antropológica y de un sector de los estudios culturales a considerar las identidades como objeto de investigación. El énfasis en la hibridación no sólo clausura la pretensión de establecer identidades "puras" o "auténticas". Además, pone en evidencia el riesgo de delimitar identidades locales



autocontenidas, o que intenten afirmarse como radicalmente opuestas a la sociedad nacional o la globalización, (García Canclini, 2003:5).

Por medio de la antropología contemporánea, se propuso describir y explicar el fenómeno cultural *hallyu*, realizando una diferenciación desde un conjunto de conceptos y/o términos como; fenómeno, cultura, fenómeno cultural, difusión, flujo cultural, hibridez cultural, cultura popular, colectivo o grupo sociales, sistemas, globalización e identidad desarrollados en distintos espacios dentro de la ciudad de Toluca.

Se explican los modelos de convivencia y como se ha conseguido transformar paradigmas de comportamiento social, con ayuda de la globalización, medios de comunicación, industria cultural, bodega virtual, redes sociales, información en general; facilitando el acercamiento de un mercado coreano, asimismo como es que a su vez se inserta en un cambio identitario, estilo de vida, adaptación y de consumismo.

## **CAPÍTULO II: “CONOCIENDO EL ENTORNO *HALLYU* Y/O OLA COREANA” ETNOGRAFÍA DE LA FRIKI-PLAZA.**

### **2.1. La ciudad de Toluca, México.**

En este apartado se habla de algunas generalidades para entender más adelante y bajo este tenor el contexto de la ciudad de Toluca, asimismo se realizó una descripción de los puntos que caracterizan a esta ciudad. Toluca de Lerdo, o simplemente Toluca (en náhuatl, Tollohcan; en otomí, Nzehñi; en matlatzinca, Imbomáani; en tlahuica, Tsindijets; y en mazahua, Zúmi), es una ciudad mexicana, cabecera del municipio homónimo y capital del Estado de México. Toluca de Lerdo para 2015 computaba 873 536 habitantes, y una zona metropolitana en 2014 de 2 456 150, siendo así la quinta zona de mayor población en México, (City Population, citado por Wikipedia). Otros nombres: Toluca la bella; Toluca la fría; la capital del chorizo, (Wikipedia, 2021).

Toluca es principalmente una ciudad industrial, vecina de Metepec, uno de los municipios más ricos del país, (Milenio, citado por Wikipedia, 2021). El valle de Toluca cuenta con una base infraestructural de buen nivel. Está comunicada a 66 kilómetros de distancia hacia el oriente con el valle de México, conformado por la Ciudad de México y su zona metropolitana, (Ciudad Sede, 2011).

La moderna y cada vez más industrializada Ciudad de Toluca ha sabido preservar la gran herencia cultural y artística de su zona, caracterizada por lo fértil de sus valles y por el genio artístico de su gente. (Portal Ciudadano, 2022). También están el Jardín Botánico y su hermoso Cosmovital, así como innumerables museos de Arte, Pintura, Acuarela, Estampa y Culturas Populares, tanto en el Centro Histórico como en el Centro Cultural Mexiquense. Toluca cuenta con una importante infraestructura de servicios turísticos como hoteles de diferentes categorías, restaurantes de diversa gastronomía; así como los servicios de un Aeropuerto Internacional, que en conjunto convierten a la ciudad en un importante destino de negocios. (Portal Ciudadano, 2022)

Corea del Sur, como estrategia para levantarse económicamente, decidió apostar al sector de entretenimiento, a la par que restringe las importaciones culturales de Japón; también su ministerio de cultura tuvo un aumento de presupuesto, creando 300 departamentos de industria cultural en colegios y universidades de todo el país. La estrategia, que comprende otra serie de elementos, tuvo buenos resultados y actualmente Corea del Sur es la décima economía más grande del mundo (Rosas, 2018). El *hallyu* u ola coreana comenzó por ser una marca que impulsaba el conocimiento y divulgación de su país de origen, el cual es Corea del Sur, es un neologismo que hace referencia al aumento de la popularidad a nivel global de la cultura contemporánea de Corea del Sur desde mediados de la década de 1990, impulsada por las exportaciones, el país asiático encontró en la exportación de bienes y el control de las importaciones parte de la solución para la mejora económica.

Dicha apertura permitió que la cultura coreana traspasara las fronteras por medio de sus productos audiovisuales y musicales, que trajo como resultado que el gobierno surcoreano destinará parte del presupuesto a este sector. Con un amplio espectro de países receptores de dichos materiales, para 1999 en China los periódicos ya se referían con el término *hallyu*, a la fiebre cultural que se vivía entorno a Corea, nombre derivado de unos caracteres chinos que significan, Corea y flujo, cuyo auge recae en el éxito de sus telenovelas y ahora se ha extendido a todos los ámbitos, como el idioma, cine, música gastronomía y hasta el estilo de vida del país asiático, (Zhang,2006).

Aunque actualmente se popularizó este término logrando ser conocido en todo el mundo, incorporando elementos importantes dentro del *hallyu*, que se consideran predecibles para los jóvenes que se identifican con él. Lo anterior se presenta para comprender que la ola coreana ha traspasado fronteras territoriales, geográficas, culturales, políticas y sociales de entrada. Asimismo hay que relacionarlo con el hecho de que Toluca es un importante centro industrial. Las industrias establecidas en el municipio se dedican a la producción y distribución de bebidas, alimentos procesados, textiles, automóviles, productos eléctricos, químicos y farmacéuticos. La industria ocupa un lugar importante en la economía del municipio y de la región. Ello significa para la ola coreana un potencial de distribución, no solamente industrial, abriendo las puertas para su desarrollo, económico y comercial, (Wikipedia, 2021).

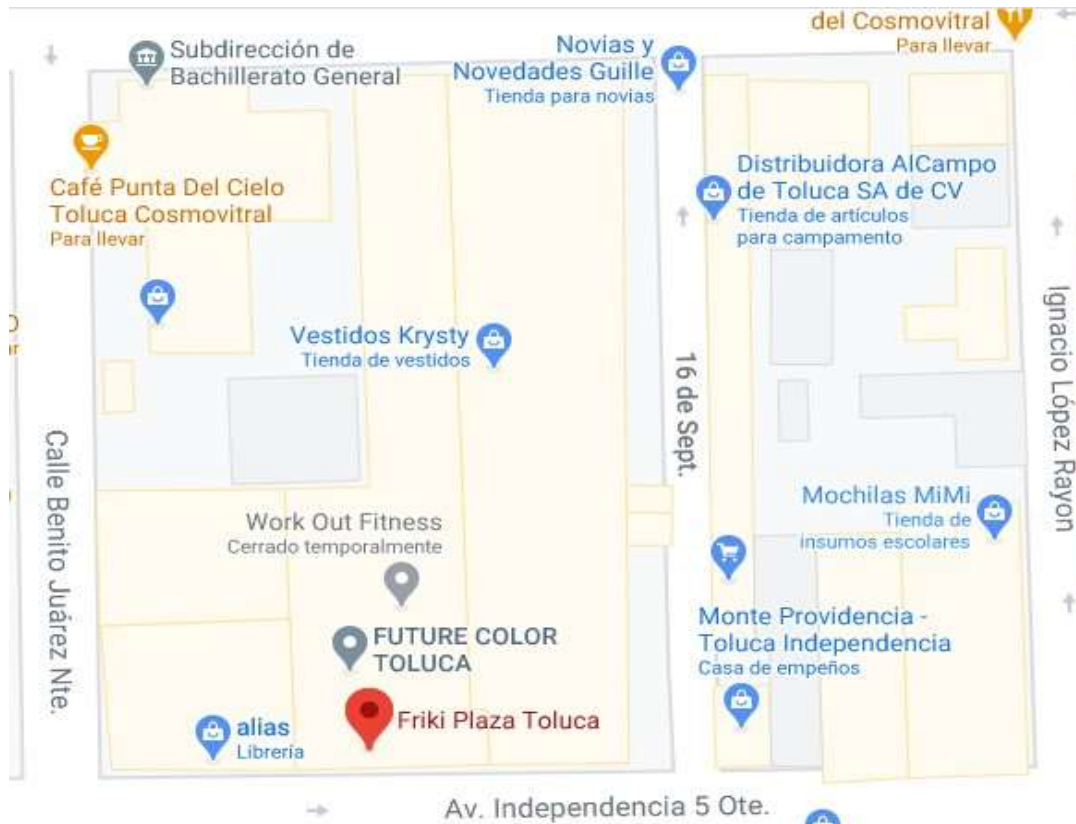
La ciudad de Toluca es una ciudad con grandes alcances de urbanidad, la gran mayoría de los habitantes permanecen conectados dentro de su entorno por varios medios, personales e impersonales. Personas de distintos rangos de edad, género y clase social acuden al centro de la ciudad para surtir sus despensas, para laborar o trabajar, para ir a la escuela o facultad, realizar trámites, ir de compras, pagar servicios o contratarlos, realizar quejas o demandas, o como medio de entretenimiento.

Toluca es una ciudad con servicios y comercios, el primero porque cuenta con los servicios básicos para un buen desarrollo humano, seguidamente el comercio donde se visualizan elementos de todo el mundo, esto por la urbanización y globalización del lugar. Como complemento se podría decir que muchos de los productos que se distribuyen en distintos comercios de la ciudad se adaptan a las necesidades del consumidor, modificándose y transformándose.

Bajo este panorama el *hallyu* u ola coreana permea en los jóvenes de Toluca y sus alrededores, pues estos han adaptado lugares de encuentro por la demanda significativa en los últimos años.

## **2.2. La Plaza Friki en Toluca, México; centro de interacción del *hallyu*.**

Este apartado va dirigido a describir desde un ámbito etnográfico al *hallyu* u ola coreana, presente en la "Plaza Friki" o también llamada "Friki Plaza", ubicada en, Av. Independencia 103, Barrio de Sta Clara, 50000 Toluca de Lerdo, Méx. También situada al lado de la Plaza de la Mujer. De ahí se elaboró un escrito sobre comportamientos dentro y fuera de la comunidad, si hay una influencia de nuevos patrones culturales creados a partir de diferentes contextos socioculturales mexicanos, que efectos positivos o negativos se producen tanto individualmente como colectivamente y si hay un desarrollo en la adopción de nuevas ideologías y actitudes.



(Google, Maps. 2020. Frikiplaza, imagen; Toluca, Estado de México. El: 10-12-20.En: <https://www.google.com/maps/place/Friki+Plaza+Toluca/@19.2926421,-99.6540838,19z/data=!4m12!1m6!3m5!1s0x85cd89ea5256110d:0xc99b67771bbd3fbb!2sFriki+Plaza+Toluca!8m2!3d19.2921776!4d-99.6539685!3m4!1s0x85cd89ea5256110d:0xc99b67771bbd3fbb!8m2!3d19.2921776!4d-99.6539685>).



(Ocampo, Nadia. 2020. Calle de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Plaza de la Mujer, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Escaleras de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

La Plaza Friki es un espacio en el cual se comenzó a interactuar con productos de la llamada ola coreana, aproximadamente hace unos siete años, con la popularidad del *k-pop* y los *k-dramas*, se abrió paso a otros elementos de la ola coreana.

La Friki Plaza mantiene contacto con dos de las plazas que se encuentran en la misma dirección, la primera es la plaza de la mujer y la segunda, la plaza de la tecnología. Locatarios de la Frikiplaza comentan que no hay mucho flujo comercial en los últimos dos años, asegurando que esto se debe a la pandemia global por Covid-19, y por las diversas cadenas comerciales que han llegado a Toluca y se han instalado, unos ejemplos son las tiendas Miniso y Yoyoso, donde ofrecen artículos *kawaii*, es decir, lindos; accesorios, maquillaje, cuidado de la piel, peluches, utensilios, entre otros.

### 2.3. Organización e infraestructura de la Plaza Friki, Toluca, México.

La Frikiplaza está organizada por cuatro secciones, la primera está designada a los locales, donde se ofrecen artículos de la ola coreana, de los *otakus* o el *anime* y videojuegos, en la cual podemos encontrar tres subgrupos que son identificados por los que asisten a la plaza y asimismo son consumidores.



(Ocampo, Nadia. 2020. Mesas de estar y juegos de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

En la anterior ilustración se observa que la Frikiplaza ha implementado una sala de estar con mesas, estas tienen múltiples funciones; para jugar, generalmente por el grupo de los *otakus*, aunque también es utilizada como una zona de descanso, para conversar o interrelacionarse y para revisar el teléfono celular.





**(Ocampo, Nadia. 2020. Zona de Comida de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**

Esta tercera zona colinda con la Plaza de la Mujer, con una ambientación híbrida, colores rosados y azules, incluyendo los colores de ambas tiendas, la comida que se vende es de diferentes partes del mundo; se puede encontrar comida mexicana, asiática y americana.



(Ocampo, Nadia. 2021. Zona de Comida de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

Hay figuras e imágenes que hacen referencia a personajes conocidos dentro del *anime*, como aquel bote de basura con el aspecto de un Totoro, la escultura de un *Pikachu* o el arco *Torii*.



(Ocampo, Nadia. 2020. Bote de basura kawaii en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Arco Torii en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Pikachu en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

La cuarta zona de la Frikiplaza es la de juegos, en donde se interrelacionan los denominados *otakus*, y por otra parte, los *gamers*; algunos acuden al lugar para jugar las cartas de *Digimon*, otros para jugar partidos de fútbol (en formato de videojuego) o para realizar torneos de baile y finalmente jugar videojuegos en

equipos especializados con la tecnología necesaria para soporte de algunos juegos.



**(Ocampo, Nadia. 2020. Juegos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**

En la Frikiplaza hay autoridades con un grado de jerarquía, la plaza se encuentra controlada y supervisada por los tres dueños de las plazas, el gerente y el personal administrativo; es decir, el departamento de administración que se encuentra en el tercer piso de la plaza de la mujer, no se sabe los nombres de los encargados, pero según los locatarios son tres los fundadores. Las plazas son una organización y cadena que apunta a distintos tipos de población y clientela. Se puede observar que la Frikiplaza tiene una sección menor a la de las otras dos plazas -La Plaza de la Tecnología y la Plaza de la Mujer-, los que venden, aseguran que no hay mucho comercio en la actualidad. Se sabe que la sección de la plaza Friki lleva siete años funcionando y a pesar de la demanda del *hallyu*, de

los *gamers* y del *anime*, no se ha extendido el espacio de la tienda, las ventas han disminuido por la pandemia global de Covid-19, y también por la existencia de nuevas formas de obtener los productos de la ola coreana, como las tiendas en línea. Esto ha ocasionado un decremento de usuarios y también ha generado que varios de los vendedores hayan cambiado sus estrategias de comercialización, mudándose a otras latitudes, por ejemplo creando páginas en Facebook para la venta de sus productos. Asimismo los locatarios siguen vendiendo sus productos porque los une el hecho de pertenecer a la ola coreana, el *anime* y los *gamers*. La rentabilidad de los locales se encuentra entre los \$4,000 y \$7,000 pesos mexicanos al mes, esto dependiendo de si es un local o un puesto de pasillo. El costo de la renta es redituable ya que los productos que se ofrecen son productos coreanos y originales, como los álbumes de *k-pop* que cuestan alrededor de \$800 pesos, los dulces coreanos, como los peperos que cuestan alrededor de \$70 pesos, o los productos de la piel, como la crema facial de Tony Moly que cuesta aproximadamente \$430 pesos.



(Ocampo, Nadia. 2021. Álbum con fotos y photocards de colección: de compras en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).





(Ocampo, Nadia. 2021. Dulces asiáticos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Yakult coreano, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2021. Ramen coreano con elementos de la cultura mexicana en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Implementación y medidas sanitarias en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

#### **2.4. Grupos sociales que asisten a la Plaza Friki, Toluca, México.**

Los tres grupos notorios y principales que mantienen viva la imagen y la economía de la Frikiplaza son, los jóvenes *otakus*, los *gamers* y los jóvenes *hallyu*; estas categorías suelen ser reconocidas por ellos mismo y varían de acuerdo con sus gustos próximos y cercanos. Asimismo está el sector del personal administrativo, de aseo y los vendedores de comida, productos y renta de equipo y maquinaria destinada a los aficionados de los juegos y videojuegos.



**(Ocampo, Nadia. 2020. Zona de juegos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**

Imagen tomada en la Frikiplaza, que abarca la zona de juegos y videojuegos, sección de interacción y donde aquellos usuarios se encuentran dentro de la edad de 13 a 25 años aproximadamente. Las relaciones sociales suelen ser de forma colectiva, aunque puede ser de forma impersonal al acudir en la compra de artículos.



(Ocampo, Nadia. 2020. Zona de baile en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

Paisaje capturado en la plaza de análisis y descripción etnográfica, que da muestra de la práctica referente al baile, con música oriental, que es el *j-pop* o *pop* japonés, también *j-rock*, *rock* japonés, acompañado de otros estilos y géneros musicales provenientes de Japón y el *k-pop*, *pop* coreano que de igual forma va ligado a otros estilos y géneros de música. Las canciones que se reproducen tienen la característica de estar dentro de los hits, con una popularidad que hace que quieran hacer uso de la maquinaria.



(Ocampo, Nadia. 2020. Jugando en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Reunión en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Videojuegos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Gamers en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Venta de juegos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).





(Ocampo, Nadia. 2020. Anime y Funkos en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Ocampo, Nadia. 2020. Hallyu en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).

## 2.5. Los Jóvenes *hallyu* en la Plaza Friki, Toluca México.

La ola coreana se presenta como un modelo de características híbridas, presentes en la Plaza Friki, Toluca México. El *hallyu* comprende principalmente una industria del entretenimiento audiovisual, como el *k-pop* (pop coreano) y los *k-dramas* (series coreanas); aunque no solamente se refiere a ellos, por otro lado hace alusión al *k-Beauty* (belleza y maquillaje), *k-sport* (deporte) y *k-gastronomy* (gastronomía). Todas las corrientes de cultura de Corea se llaman *hallyu*, *k-culture*, *k-drama*, *k-pop*, *k-sports*, porque es un sólo ministerio el que los lleva, El Ministerio de Cultura Turismo y Deportes.



(Ocampo, Nadia. 2020. Artículos Hallyu en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Accesorios para los fans, fotografía; Toluca, Estado de México)



(Hernández, Vanesa. 2021. Accesorios Kpop, fotografía; Toluca, Estado de México)



(Ocampo, Nadia. 2020. Ramen en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).



(Hernández, Vanesa. 2021. Productos de comida coreana en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México)

Con respecto al *hallyu* u ola coreana se ha notado que los jóvenes de Toluca y sus alrededores han ido buscando o adaptando lugares de encuentro dentro de la

misma, aunado a ello el nivel de demanda ha ido aumentando significativamente en los últimos años, lo que los ha llevado u orillado a crear comunidades de encuentro para su intercambio, consumo, distribución, interacción o de relaciones sociales; como ejemplo ilustrativo es el asentamiento de plazas, locales e incluso eventos, pero debido a la pandemia del covid-19 la interacción entre los jóvenes pasó a ser de manera virtual, independientemente de que ya lo era. También se rescata que las redes sociales, el internet y la tecnología tienen una preponderancia para su alcance, en general los jóvenes *hallyu* se mantienen conectados a diversas redes, todo esto como un sistema; aunque esto se hablará en capítulos posteriores. Con la ayuda del internet y plataformas como *YouTube*, la música ha tomado una fuerza importante en México y en este caso en Toluca la Bella, así como una fuerte convocatoria sobre la cultura coreana, orillando a algunos de los jóvenes *hallyu* a aprender el idioma.

Los jóvenes *hallyu* en la ciudad de Toluca se hacen visibles por la utilización del paisaje de la Plaza Friki, en donde guardan un conglomerado de significaciones que los une, es un sistema complejo, crean reglas y estructuras no permisibles, les es asignado un grado de identidad y pertenencia, en donde se reúnen para ensayar coreografías de sus ídolos coreanos o intercambiar conocimientos que entran dentro de la llamada ola coreana, como productos; dentro de este maquillaje, ropa, posters, discos, fotografías y accesorios.



**(Ocampo, Nadia. 2020. Accesorios en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**



**(Ocampo, Nadia. 2020. Álbumes de k-pop originales en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**



**(Ocampo, Nadia. 2020. Mascarillas en la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**





**(Ocampo, Nadia. 2021. Jóvenes hallyu con sus posters de la Frikiplaza, fotografía; Toluca, Estado de México).**

El escenario ante los comerciantes y para quienes describen este fenómeno, es un ambiente en donde se relacionan en su mayoría adolescentes y jóvenes de aproximadamente 15 a 25 años de edad. Tal fenómeno global dentro de la Plaza Friki, no es nuevo, lleva años permeando en la Frikiplaza, puesto que es redituable económicamente, teniendo en cuenta que se venden otros productos como videojuegos (consumidos por los *gamers*) y *anime* (consumidos por los *otakus*),

aunque también se ha observado un decremento de usuarios en los dos últimos años por la pandemia global de Covid-19.

Los jóvenes *hallyu* poseen características propias dentro de un grupo social determinado, asimismo sus rasgos y patrones culturales logran adecuarse bajo las premisas de una cultura híbrida, atribuyendo comportamientos fuera de su núcleo social cotidiano.

De la misma manera, los jóvenes son influenciados por los medios de comunicación; en donde estos forman espacios de interacción e identificación, usualmente con características idols que admiran, adoptando actitudes, pensamientos y hábitos. Fortaleciendo una estructura de identidad colectiva, de jerarquización, de comodidad y libertad para pensar y actuar como deseen.

Los jóvenes pasan su tiempo en su afición, generalmente en sus casas teniendo escaso contacto con el mundo material real. Se identifican con personajes lejanos, artistas creados bajo compañías de entretenimiento surcoreano (las agencias de *k-pop* generalmente crean la imagen para cada artista coreano; definen qué lugar debe ocupar cada uno de los miembros, como deben de verse, como deben de actuar, que deben de hacer, etc.). Integran una subcultura en la que coinciden representantes de varias tribus urbanas. Las subculturas se caracterizan porque existe una visión compartida del mundo, que en este caso es una afición.

Los miembros interactúan entre ellos y los une la sensación de incapacidad de pertenecer a la cultura coreana y tener diferencias con su cultura de origen (México). Nace de la necesidad de crear un mundo propio que les de autonomía, tener control sobre su vida y que los lleva a alimentar su afición.

No usan un vestuario específico, pero algunos de ellos utilizan ropa para imitar a ídolos coreanos, además algunos tiñen su cabello de colores, aunque ésta no es una característica tan generalizada. Celebran el día del *kpop* el 13 de agosto a nivel mundial.

Son coleccionistas por naturaleza, se sienten orgullosos de conocer y tener todo lo que existe sobre su afición, y logran dominar un tema de forma profunda ganándose incluso el respeto de la sociedad, aunque a ellos esto no les interese.

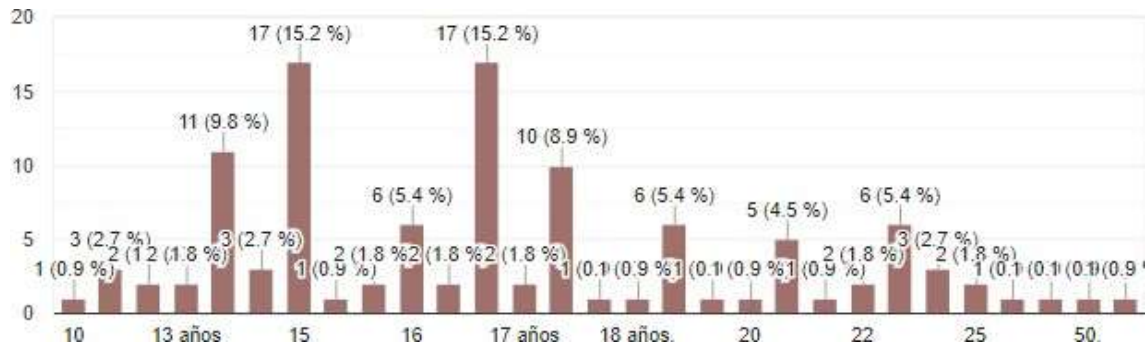
Les gusta ver series denominadas *k-dramas*, ensayan o practican coreografías y canciones, algunos de ellos lo hacen de forma profesional; también les gusta adaptar a su vida cotidiana elementos culturales como la comida y el idioma. Una gran mayoría es amante del *k-pop*, los *k-dramas* y el *k-beauty*, pero esto depende de los intereses del joven y del género, dentro de los jóvenes *hallyu* es común que hombres y mujeres utilicen maquillaje, ropa híbrida (combinación de ropa sin importar el género) y que se cuiden la piel como los artistas coreanos.

Otro aspecto importante es la utilización de algunos de los parques de Toluca para la reunión de los jóvenes *hallyu*, por ejemplo, la expo *Magyd*, la cual se realiza dos veces al año, el lugar cambia dependiendo del número esperado de personas, esta expo se ha realizado en el Centro Convenciones Edomex, ubicado en Miguel Alemán Valdés 175, 50226 San Pedro Totoltepec, México, y anteriormente en el parque Luis Donaldo Colosio ubicado en la calle de Isidro Fabela esquina con Gustavo Baz Prada desde el año 2011; a esta expo asisten personas de distintos municipios, pueblos e incluso otras ciudades. A esta misma convivencia asisten personajes importantes de la industria del entretenimiento, también se colocan una serie de puestos con productos como mochilas, ropa, dulces, comida, cosméticos, posters, estampados etcétera, por último, se realizan competencias de baile y videojuegos.

Esta cultura híbrida busca permear en la Plaza Friki, con un fin económico y de distracción, generando un conjunto de identidad y adaptación, apropiándose a la forma de vida de estos jóvenes.

### **CAPÍTULO III: “ENTRANDO AL MUNDO *HALLYU* Y/O OLA COREANA” ETNOGRAFÍA DE LOS JÓVENES *HALLYU*.**

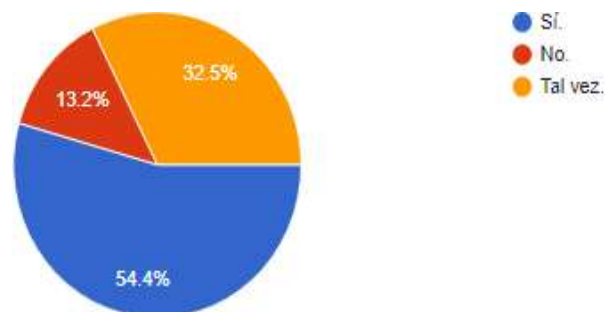
Para la investigación del fenómeno de la ola coreana en los jóvenes *hallyu*, se decidió realizar entrevistas, encuestas y fragmentos de historia de vida en los meses de febrero y marzo del año 2021, en Toluca, México; a mujeres y hombres. A continuación, se muestra el análisis e interpretación de los datos recolectados. Conforme a los resultados se presenta que la mayor parte de la población estudiada son del género femenino con un porcentaje del 99.97%, esto se debe a los estereotipos, prejuicios e ideologías por parte de los mexicanos hacia los idols coreanos, ya que se cree que este tipo de contenido va dirigido a las mujeres, también debido a las diferencias culturales entre artistas del medio occidental a los artistas coreanos, puesto que la mayoría de los artistas coreanos (hombres y mujeres) utilizan maquillaje y atuendos “femeninos” o “extravagantes”, lo cual en México no es comúnmente aceptado. También se presenta a continuación un gráfico con las edades de los entrevistados. Observamos que esta ola coreana se presenta mayormente en las edades de 15, 16 y 17 años de edad, seguidamente en la edad de 14 años; y en las edades de 21 a 23 años respectivamente. Existen personas tal como lo muestra la gráfica, que no entran dentro del rango de edad para considerarse biológicamente jóvenes, los cuales se interesan por la ola coreana, que se sienten y se ven como jóvenes; estas personas son culturalmente y socialmente consideradas jóvenes *hallyu*, esto dependiendo de cada caso en particular, en general el *hallyu* está dirigido a personas de todas las edades y géneros.



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (0), Imagen 0; Toluca, Estado de México).

### 3.1. Factores tradicionales en los jóvenes *hallyu*.

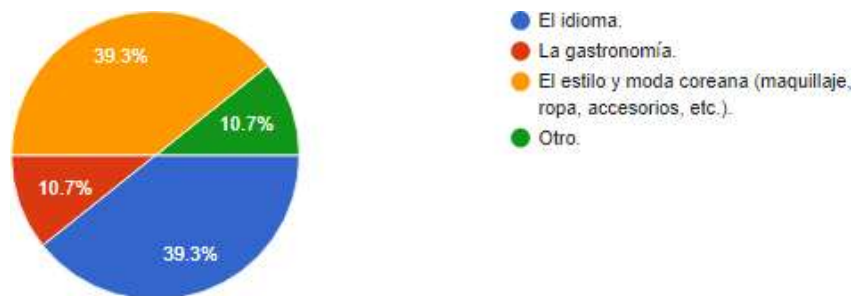
Los factores tradicionales del *hallyu* u ola coreana que han sido considerados dentro de esta investigación son elementos como el idioma, la gastronomía, el deporte, la ropa, la música; así como sus costumbres, creencias y tradiciones. Para saber si nuestros encuestados y entrevistados practicaban algún factor tradicional se decidió primeramente preguntarles directamente si practicaban algún elemento, para saber si eran conscientes de dicha acción, a lo que los resultados fueron los siguientes:



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 1;  
Toluca, Estado de México).

De los ciento quince encuestados se tuvo como resultado que el 54.4 % afirmaba ser consciente de practicar o llevar a cabo alguna práctica tradicional; otro gran porcentaje del 32.5% aseguraba que tal vez en algún punto de su día a día han llevado a cabo dichas acciones sin algún límite o parámetro -esto se explicara más a detalle en el apartado de hibridación-; mientras el 13.2% confirmó no ser partícipe de alguna práctica coreana, sin embargo aunque no practiquen alguna tradición coreana, son consumidores de la ola coreana, convirtiéndose en jóvenes *hallyu*. Lo anterior da muestra que los encuestados o la gran mayoría son influenciados desde factores tradicionales que abundan dentro la ola coreana, identificándose, participando y adentrándose, no solo por medio de la música o medios audiovisuales.

Para saber exactamente qué aspectos de la cultura coreana practican habitualmente, se decidió colocarles elementos como el idioma, la gastronomía, el estilo y moda coreana -el maquillaje, la ropa, cuidado facial, accesorios o el cuidado corporal- u otro acontecimiento que no estuviéramos tomando en cuenta; hubieron dos porcentajes con la misma puntuación del 39.3 % que corresponden al idioma y al estilo y moda coreana, los otros dos también fueron iguales con un 10.7% respecto a la gastronomía u otro.



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 2; Toluca, Estado de México).

Los dos porcentajes de 39.3 % comprueban la hipótesis de que los jóvenes *hallyu* son practicantes de elementos tradicionales de la cultura coreana, aprendiendo el idioma o adoptado expresiones coloquiales de Corea del sur, utilizan expresiones populares y tradicionales; por medio de la ola coreana, se ha ocasionado el interés del exterior, actualmente la mayoría de los jóvenes *hallyu* de Toluca, México, que se interesan por el idioma coreano llevan un aprendizaje autodidacta, apoyándose de programas de variedades, *k-dramas* y del *k-pop*, sin desechar la posibilidad de un aprendizaje académico; por otra parte, el estilo y la moda coreana conforman una variedad de elementos tradicionales que forman parte de su cultura, y que si los colocamos en otros contextos se destacan por sus peculiaridades, a su vez logrando impactar en los jóvenes *hallyu* de Toluca, ya que muchos de los atuendos, el maquillaje o los cuidados corporales son completamente distintos, a continuación fragmentos de dos entrevistas abiertas que comprueban lo anterior.

Entrevista a Wendy Yamili de 15 años de edad, de Toluca, Estado de México:

*Pues me ha cambiado bastante, me gusta mucho el kpop, mi grupo favorito es EXO, ellos me enseñaron muchas cosas, a hacer las cosas que quiero y que también que puedo lograr lo que quiero, me encanta las kdramas y he sido una persona que cambio bastante gracias a exo y otros grupos (Yamili, 2021).*

A través de este fenómeno musical “el *k-pop*”, las personas que lo escuchan llegan a cambiar su forma de pensar, de percibir las cosas, de llegar a sentir que pueden lograr sus objetivos.

Entrevista a Daeny de 17 años, de Toluca, Estado de México.

*Desde que me empecé a meter más con la cultura coreana he cambiado desde mi forma de vestir hasta de expresarme, no digo*

*que quisiera ser como una coreana, solo me gusta su moda, sus comidas, su música (kpop) y sus coreanos xD*

*Es tan diferente a como somos en México y el hecho de cambiar mis gustos me hace sentir diferente ya que a nadie de mi familia le gusta el kpop*

*Lo malo son las burlas, fui a comer comida china, nada que ver con mis coreanitos y ya me andaban diciendo que le pidiera su número*

*Empecé a conocer la cultura coreana desde que empecé a escuchar BTS y media industria del kpop. Aquí sigo estudiando para algún día fugarme a Corea. Gracias por su atención... (Daeny, 2021).*

En esta parte de la entrevista se observa que aun la cultura coreana no es totalmente aceptada y que los jóvenes que escuchan el *k-pop* son susceptibles a burlas o acoso por el simple hecho de tener gustos diferentes. Por otro lado, se encuentra la parte de la vestimenta, y cómo esta influye en los jóvenes, ya que tenemos diferentes etiquetas de vestimenta.

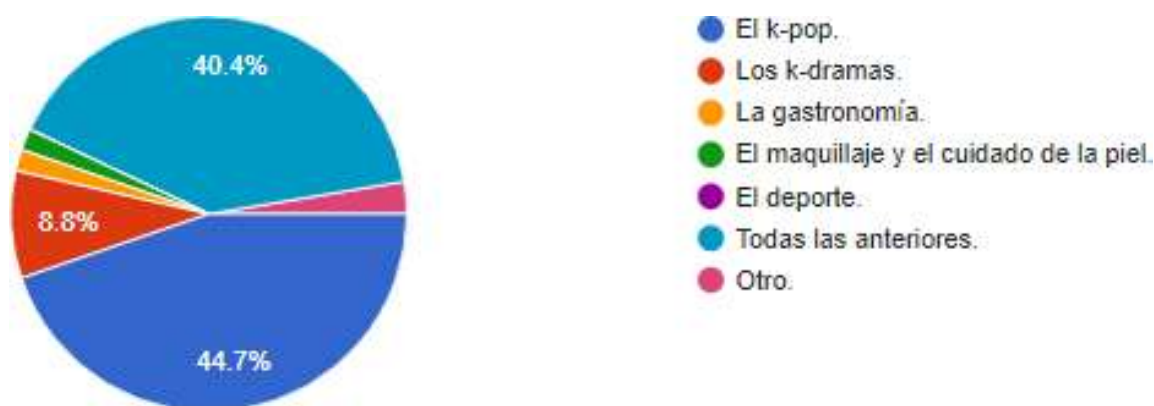
### **3.2. Factores contemporáneos en los jóvenes *hallyu*.**

Dentro de los factores contemporáneos que se observan en los jóvenes *hallyu* de Toluca, México, se consideran elementos que entran dentro de las tradiciones populares de la ola coreana como lo es el idioma, la gastronomía y los atuendos; a su vez la mezcla del mundo contemporáneo coreano y la identidad mexicana de los jóvenes -factores tradicionales y contemporáneos mexicanos- pues estos cuatro se integren en el mismo plano de tiempo. Los factores tradicionales y contemporáneos mexicanos/coreanos se observan en el estilo y la moda coreana, se han construido por medio de los cuatro planos los cuales son: los factores tradicionales de la cultura mexicana y la coreana, los factores contemporáneos y



los factores globales, conformando una hibridez, en el caso de los jóvenes *hallyu* toluqueños, provocando una transformación y adecuación constante y diferente de acuerdo a cada grupo o individuo; así como también el deporte y series televisivas, han servido como un tipo reconocimiento y conocimiento, asimismo muestran cómo se interrelacionan con la historia del país coreano y otros factores de hoy en día, funge como promoción y la muestra al exterior.

Les preguntamos a ciento quince jóvenes *hallyu* de Toluca, México, cuál de estos elementos les gustaba más y éstas fueron sus respuestas:



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-*Hallyu*: Formulario Google (02), Imagen 3; Toluca, Estado de México).

En el gráfico anterior podemos observar que el 44.7% se siente mayormente atraído por la música coreana o *k-pop*, muestra también que otro 40.4 % les gustan todos los elementos sugeridos, el *k-pop*, los *k-dramas*, la gastronomía, el maquillaje, el cuidado de la piel y el deporte, otro porcentaje del 8.8% son aficionados a los dramas coreanos, mientras que la opción de "otro" tuvo un porcentaje del 2.6%, y finalmente el maquillaje y la gastronomía, ambas categorías muestran un porcentaje de 1.75%. El deporte tuvo un porcentaje del 0%.

Por otro lado, a pesar de que los jóvenes adoptan ciertos aspectos y elementos de la ola coreana, algunos de los entrevistados aseguran no cambiar su cultura por la coreana, mostrando diferencias ideológicas y choques culturales, como el siguiente caso.

Entrevista a Briceyda de 23 años de edad, de Toluca, Estado de México:

*Es una cultura distinta, donde aún el pensamiento patriarcal es importante, donde los jóvenes viven con reglas estrictas para alcanzar la perfección, es triste saber que por ello, cada vez hay más jóvenes coreanos que son infelices y muchos sueñan con emigrar a otros países, me encanta su música y sus dramas, pero no cambio por nada mi cultura. (Briceyda, 2021).*

En este punto se puede ver que a pesar de que le gusta el *k-pop* y tenga conocimiento de la cultura coreana, para ella no le gustaría cambiar su cultura, teniendo en cuenta que algunos jóvenes llegan a idealizar la cultura y no se dan cuenta de otros aspectos, ya que llegan solo a ver la parte buena y esto se debe a los medios de comunicación (globalización).

Entrevista a Wendy de 14 años de edad, de Metepec, México.

*Conocer algo fuera de nuestro entorno nos da a conocer como está afuera la convivencia, la formación de los niños y la política que maneja su historia, igualar como es mi país y el de ellos para saber en qué va muy mal mi país, y en que si (Wendy, 2021).*

Aquí se observa que es importante tener conocimiento de otras culturas, no solo la que nos han enseñado, ya que ahora es mucho más fácil conocer las diversas culturas a través de los medios de comunicación, así como visualizar las similitudes con su cultura y que diferencias tiene con la cultura que fue creciendo.

Entrevista a Paula Torres de 15 años de edad, de Toluca, México:

*Amo el kpop, los dramas, la ropa, la cultura, todo en lo que no estoy de acuerdo es con los estándares de belleza ni tampoco con las empresas que solo quieren joyitas y cuando los usan y ya no les sirven los quieren votar (Torres, 2021).*

A pesar de que les gusta la cultura coreana, existen desacuerdos con elementos que conforman esa cultura, pueden existir aspectos que no les agradan o no están tan de acuerdo como lo menciona en la entrevista Paula.

Entrevista a Sophia de 14 años de edad, de Toluca, México:

*Todo está bien, lo malo es cuando ya comenzamos a creer que es algo perfecto, cosas que como todo no lo es, y hay muchos puntos negativos en la cultura asiática (Sophia, 2021).*

Al reflexionar sobre las opiniones anteriores, podemos dar cuenta del peso cultural que hay en los individuos, los parámetros culturales, tradicionales, así como las costumbres, las formas de pensar y lo aceptado convencionalmente, las cuales son importantes y deben de ser consideradas dentro de esta investigación. Explicaremos brevemente la consideración de los factores contemporáneos, pues estos se atienden porque no se pueden separar de los tradicionales y del mundo global, es decir, lo tradicional y lo contemporáneo se unifican con lo global, los tres son indispensables si se quiere comprender a los jóvenes *hallyu* de Toluca, México. Hay que pensar que es diferente para cada contexto, aunque sea contemporáneo.

### **3.3. Factores globales en los jóvenes *hallyu*.**

Al inicio de esta investigación en torno a los jóvenes *hallyu* -ola coreana- se pensaba que la Friki plaza de Toluca, México, jugaría un papel importante para el desenvolvimiento, la convivencia y las relaciones sociales; en otras palabras, el acercamiento a la ola coreana se dio por medio de dicha plaza. Sin embargo, al realizar el trabajo de campo, nos hemos dado cuenta de que no es así. Si bien en

los primeros años la plaza friki de Toluca era mayormente frecuentada por no tener otro medio para relacionarse directamente con personas afines a sus gustos o la adquisición de productos -accesorios, maquillaje, posters, discos, etc.-, hoy en día ha sido sustituida por otros medios virtuales y tiendas online.

El siguiente gráfico demuestra lo anterior:

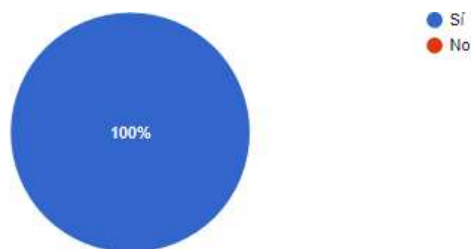


(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 4; Toluca, Estado de México).

El internet, las redes sociales y diversas plataformas, son las que los jóvenes *hallyu* de Toluca, México, utilizan como medio de relaciones sociales, para la adquisición de productos o para compartir conocimientos. Podemos observar que el 83.3% de los ciento quince encuestados han afirmado relacionarse, consumir o compartir su gusto por la ola coreana por medio de las redes sociales; mientras que el 10.5% realiza estas acciones en lugares públicos como parques, explanadas, escuelas o academias; en el apartado de "otro" se muestra un porcentaje de 4.4%, y finalmente la Frikiplaza de Toluca, México, con un porcentaje de 1.8%. Sin embargo la plaza Fiki es un lugar en donde asisten personas con diferentes gustos e intereses, lo cual ayuda al mantenimiento del lugar, los comerciantes son conscientes de los cambios que se han originado en los últimos años, como los ya mencionados anteriormente (covid-19, las redes

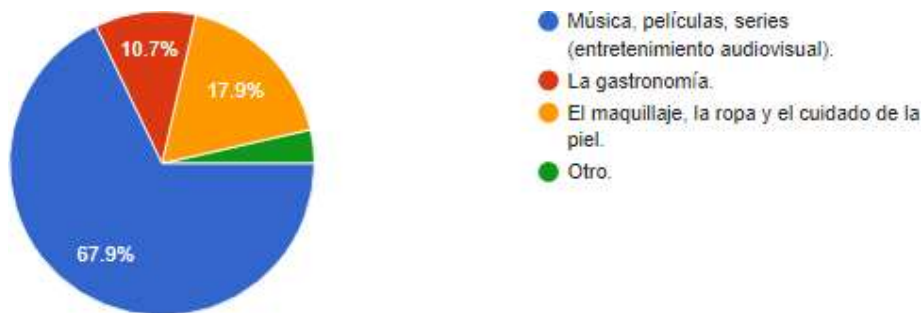
sociales, tiendas online). Los vendedores se han ido acoplado a estos nuevos modelos de comercio, en el caso de los productos de la ola coreana, cuando un grupo de *k-pop* anuncia regreso (*comeback*) o el lanzamiento de mercancía oficial (mercancía de colección e incluso masiva), así como la llegada de otros productos como maquillaje, comida o dulces con procedencia de Corea del Sur; los vendedores de la plaza Friki por medio de sus redes sociales avisan el inicio de la preventa para la adquisición del producto, facilitando a los consumidores productos extranjeros (productos de Corea del Sur), ya que al entrar a México se tienen que cubrir impuestos aduanales, pero que al ser compras por mayoreo, se obtienen beneficios, además de los beneficios que se obtienen por comprar en preventa (los beneficios son productos de regalo como posters, llaveros, calcomanías o photocards especiales) y que sea en tiendas oficiales destinadas a mercancía de *k-pop*; al final el costo disminuye, y se adapta un precio al público. Se ha mencionado que existen tiendas online, como páginas en Facebook, Mercado Libre o PopSeoul, la diferencia es que la Frikiplaza ya lleva años comercializando alcanzando reconocimiento, además de ser una tienda física, brindando la confianza de que el producto llegue y que esté en condiciones óptimas, también que se tenga la experiencia de ir por el producto directamente en la plaza Friki.

En la siguiente gráfica podemos observar que el 100% de los entrevistados aseguran conocer y haber visitado en algún momento la Frikiplaza de Toluca, México.



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (01), Imagen 5; Toluca, Estado de México).

Cuando les preguntamos a los ciento quince encuestados si además de pertenecer a la ola coreana les gustaba algún elemento de otras culturas, como la música, películas y series, la gastronomía y el maquillaje entre otros, la gran mayoría afirmó que sí. El elemento que tuvo mayor porcentaje fue el contenido audiovisual, con un porcentaje de 67.6%; seguidamente se ve el maquillaje, la ropa y el cuidado de la piel con 17.9% y la gastronomía con 10.7%. Un 3.6% correspondiente al apartado de "Otro".



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 6; Toluca, Estado de México).

En la entrevista realizada a Kryssel de 17 años, de Toluca, México, muestra que esta joven *hallyu*, piensa que el factor global de la cultura coreana, no es solamente el ser reconocido globalmente, sino que Corea del Sur por medio de la ola coreana, quiere llegar al mercado de otros países o lugares, como el caso de Toluca, México.

*Honestamente pienso que toda la expansión de Corea en otros países es parte de una estrategia. Alguna vez leí que todo esto está ocurriendo por Lee Soo Man, el fundador de SM Entertainment, y su objetivo es que Corea sea el primer país libre*

de impuestos y toda su economía se base en inversión extranjera (Kryssel, 2021).

La ola coreana atrae a jóvenes por medio de su mercancía, la cual es audiovisual y física, su gastronomía, el *k-pop*, los *k-dramas*, el maquillaje, los accesorios, la forma de pensar, actuar y expresarse se impregna en estos consumidores, haciendo de Corea del Sur su principal aliado comercial en este rubro; son los objetos materiales e intangibles, que al entrar al país, forma jóvenes *hallyu* consumidores de cultura.

### 3.4. Cultura híbrida en los jóvenes *hallyu*.

Para poder observar la hibridez que se encuentra dentro de este fenómeno cultural de la ola coreana en los jóvenes *hallyu*, les preguntamos a los ciento quince encuestados si han mezclado algunos de estos elementos de la cultura coreana con su cultura de origen; en elementos como el idioma – utilización de expresiones, o el aprendizaje del idioma-, la gastronomía -consumir comida, ordenar o preparar alimentos-, en los accesorios como -ropa, maquillaje, cuidado facial, etc.-, u otras acciones. A continuación se muestra la gráfica con el resultado:



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 7; Toluca, Estado de México).

Teniendo un porcentaje del 42.1% que lleva a cabo una hibridación de su cultura de origen con la coreana en el elemento del idioma, otro de los porcentajes fue del 34.2% en cuanto a la hibridación de ambas culturas respecto a los accesorios, mientras que el 17.5% de los entrevistados mezclan su cultura con la coreana por medio de la gastronomía. Finalmente se obtuvo un porcentaje de 6.1% en cuanto a otras formas de hibridación o no hibridación.

Otro de los gráficos afirma que esta hibridación ha influido en los jóvenes *hallyu* de Toluca, México, no sólo en la forma de hablar, expresarse y pensar, también en la forma de vestirse, arreglarse y cuidarse.



(Ocampo, Nadia. 2021. Ola coreana-Hallyu: Formulario Google (02), Imagen 8; Toluca, Estado de México).

Vemos que el color azul de la gráfica anterior y cuyo porcentaje es de 61.3%, representa que los encuestados contestaron que ha influido en su forma de expresarse; el color rojo con 27.9% corresponde a que ha influido en su forma de vestir, arreglarse y cuidarse; y el 9% que aseguran tener diferencias respecto a la cultura coreana. Una población de 1.8% que dice que se conecta mejor con la cultura mexicana.

En la entrevista a Lily Méndez de 17 años de edad, de Toluca, México, se observa su ideología como joven *hallyu* en cuanto a la hibridación masiva de la ola coreana:



*Considero que cada vez se hace más grande, pero sólo llegará hasta cierto punto. También considero que tiene aspectos positivos como motivar el cuidado personal en hombres y más cosas, pero también creo que tiene aspectos negativos (Méndez, 2021).*

En Lily Mendez, podemos visualizar que es consciente del choque cultural, de las costumbre, tradiciones y diferencias culturales, esto supone para el investigador un avance, pues, comprueba una vez más la hipótesis, es decir, la ola coreana, hace de los jóvenes, jóvenes contribuidores de la hibridación cultural, en dicho espacio y tiempo, añadiendo a su estilo de vida el cuidado personal en hombres, y exponiendo aspectos negativos entre la cultura coreana y la mexicana.

### **3.5. Fragmentos de historias de vida.**

#### **Fragmento de Historia de vida 01**

En la historia de vida realizada a Angélica Vargas de 21 años de edad, perteneciente a Toluca, México, se pudo analizar e interpretar que tiene un arraigo con la cultura coreana y a su vez se siente identificada, ya que desde hace aproximadamente diez años conoce la cultura coreana y se siente perteneciente a la ola coreana.

*Me llamo Angélica, soy de San Pablo Autopan, México. Sé lo que significa la ola coreana, la conozco desde hace tiempo. Me identifico con la forma de pensar, Quiero comer comida coreana y comprar ropa coreana y lo principal, darle unos besotes a mis coreanos, en especial, a mi YongHwa (Vargas, 2021).*

Entablando conversación con Vargas, nos percatamos de que podía ser muestra significativa para la investigación, no solo por ser conocedora de años atrás durante tiempo de la cultura coreana, sino porque nos llamó la atención de que por

medio de ella, podíamos entender porque los jóvenes ya no acuden a la Friki plaza de Toluca, México, y prefieren adoptar otros medios para relacionarse.

*Antes si iba pero con el tiempo ya no encuentro cosas y es chiquito el espacio además que es carísimo. Prefiero contratar Netflix y Spotify o buscar gratuitamente el kpop y los doramas. Porque también luego voy y no hay nadie y lo que pasa es que en Facebook me río de los memes que le hacen a mis amores de CNBLUE (Vargas, 2021).*

Se puede observar que con el paso del tiempo las redes sociales y las plataformas digitales están formando una parte importante para poder estar comunicados, a parte de que es un medio para poder estar al pendiente de las últimas tendencias del *k-pop* y mantenerse entretenidos sin tener que gastar dinero.

## **Fragmento de Historia de vida 02**

Decidimos incluir a Erika Acevedo trabajadora y venderá de productos de la ola coreana que junto con su hermana Araceli, han comercializado sus productos desde hace más de siete años en la Plaza Friki de Toluca, México; ella nos cuenta que la idea nació desde percatarse de que por aquellos años o inicios del 2010 aproximadamente, casi nadie conocía el *k-pop* y los *k-dramas*, pensando así en la idea de emprender un negocio, aunque asegura que poco a poco ha ido cambiando el ambiente en la plaza, que ya no es lo mismo y por ello ha realizado una página en Facebook llamada “*Little beauty*” donde vende sus productos.

*Pues la idea de vender productos coreanos nació, porque me gusta es algo en lo que he invertido tiempo y dinero, me siento cómoda. La clientela la he conservado, ya sé quiénes son mis clientes. Como puedes ver ya no hay mucha gente como en el 2013 por ejemplo, por eso también vendo mis cosas por Facebook*

*o WhatsApp, mira te doy el número -7223147028- (el número es real) (Acevedo, 2021).*

Teniendo en cuenta a los medios de comunicación, como lo son las redes sociales se puede decir que ahora no solo se ocupan para mantenerse comunicados con personas a través de distintos lugares, también son utilizados como método para poder vender los productos de *k-pop*, además de que se comenzó a utilizar con frecuencia este método debido a la pandemia del covid-19.

### **Fragmento de Historia de vida 03**

En esta historia de vida podemos dar cuenta de los procesos por los cuales ha pasado una persona con problemas de identidad ante su cultura mexicana; logrando adecuar y adoptar prácticas de la cultura coreana.

*Pues mi nombre es Gema, soy de Metepec y siempre he sido considerada la rarita del salón, mis papás siempre se andan burlando de los coreanos les dicen que son gays, pero pues es que no entienden que es otra cultura y me gustaría que se dieran cuenta de que no tiene nada de malo que un hombre se maquille. Me identifico con los coreanos porque ellos me han sacado adelante de la depre con sus canciones, me enseñan amor propio por eso con mis hermanitas escuchamos a BTS, son los mejores (Rojas, 2021).*

A pesar de estar viviendo en la época moderna, siguen existiendo estereotipos con respecto a la cultura coreana. Las personas que escuchan *k-pop* o están relacionadas con la cultura coreana son objeto de burlas por parte de familiares, amigos, compañeros o conocidos, debido a que son dos culturas completamente diferentes y no están familiarizados con ella.

### **Fragmento de Historia de vida 04**

Este otro caso es el de Estrella Alcántara de 21 años de edad, ella vive en Pueblo Nuevo, Metepec, México, este fragmento de historia de vida nos sirve para observar y analizar cómo vive un practicante de un grupo de dance covers de *k-pop* la actual situación global del covid-19 y por otro lado, ver cómo se ha configurado y cambiado esta comunidad.

*Hola... que tal ya sabes que ya llevo un tiempo bailando, siento que sí nos afectó, totalmente, que ya no podamos reunirnos, aun así tengo más tiempo para practicar en casa, también se me complica porque tengo unos problemas de horario. Ya esperemos tener ensayo a mediados del año, a ver si ya hacen la expo. La comunidad si cambio, hay demasiada competencia. Y sí que extraño a mis amigos (Alcántara, 2021).*

Se observa que en los últimos años debido a la pandemia de covid 19 han surgido modificaciones sobre la manera de relacionarse entre los *kpopers*, uno de ellos son los eventos que se realizaban para poder relacionarse entre ellos y demostrar sus habilidades sobre el baile a través de competencias.

### **Fragmento de Historia de vida 05**

Otro de los fragmentos de historias de vida nos muestra que el pertenecer a la ola coreana o ser identificado como joven *hallyu* también es visto desde su perspectiva como algo complejo, atrayendo conflictos con su familia, amigos y conocidos.

*Me gusta el kpop más de lo me gusta el reggaetón y la banda, pero si escucho poquito de todo, también me gusta la música para adorar a mi dios, y la bachata para bailar, mis papás ni me comprenden, sabes es chido poder conocer más personas como yo, que saben cómo me siento al escuchar kpop, querer vestirse como ellos, o soñar con ser idol... ya quisiera que mis papas me dejaran usar ropa así, no tengo problema con que no les guste,*

*pero respeten, por ello discuto con mi hermano que escucha canciones que denigran a la mujer, como su cartel de santa y yo con canciones que hablan de cosas sanas, me mandan por mis audífonos, mi papá dice que los cantantes de kpop son homosexuales, que se irán al infierno, eso no es real, dios nos quiere a todos por igual (Mejía, 2021).*

Por medio de estos fragmentos de historias de vida podemos ver cómo perciben el mundo los jóvenes que se identifican o autodenominan como jóvenes *hallyu* con su alrededor y su gusto por la ola coreana, construyendo un esquema participativo por parte de la comunidad.

## **CAPÍTULO IV: UN ANÁLISIS ANTROPOLÓGICO DE LA OLA COREANA HALLYU.**

### **4.1. ¿Por qué analizar al *hallyu* u ola coreana desde la antropología sociocultural?**

Anteriormente se señaló en el capítulo I, que el desarrollo de esta tesis se abordó bajo esquemas teóricos y metodológicos de la antropología social y cultural, la cual estudia las sociedades y las culturas humanas, tratando elementos compartidos y las diferencias de manera holística. Ahora bien, en el Diccionario de antropología de J. Barfield, Boas señala que la antropología cultural pretende aprehender la totalidad de la vida cultural humana (Boas, 1938, citado por Barfield, 2001:18). Por otra parte, la antropología social aborda las bases organizativas de las sociedades humanas (Badín, 1932, citado por Barfield, 2001:18).

En la práctica, algunos antropólogos culturales también dan prioridad analítica a la estructura social, y algunos antropólogos sociales, cuando analizan los sistemas sociales, aprehenden una gran parte de la vida cultural. Aunque también hay que tener claridad de que la distinción entre la antropología social y la antropología cultural continúa estando presente en la antropología contemporánea, sin embargo ha perdido fuerza y la mayor precisión que tuvo fue

a mediados del siglo XX. Según Barfield, el declive de esta distinción podría deberse a la influencia del antropólogo francés Claude Lévi-Strauss, quien en 1949 declaró que la antropología social y la antropología cultural eran parte de la etnología y virtualmente indiferenciables (Barfield, 2001).

Por otro lado, la ola coreana se analizó por medio de la antropología sociocultural tomando en cuenta ambos aspectos de la antropología cultural y de la antropología social, es decir, tanto la forma sintética (de lo simple a lo complejo), como la parte analítica e inductiva; ya que estos enfoques ayudaron a obtener una interpretación sobre los jóvenes *hallyu* de forma objetiva. En resumen, el análisis de la ola coreana y cultura coreana están presentes en Toluca, México, y en sus alrededores en los diferentes espacios físicos y virtuales; no solamente en la Friki Plaza como se pensaba en un inicio. Se analizó desde la antropología sociocultural, porque permitió abordarla de forma holística, estudiando cada variante del fenómeno del *hallyu* u ola coreana de la cultura asiática albergada en esta parte planetaria.

#### **4.2. El término de cultura en el análisis del *hallyu* u ola coreana.**

El concepto de cultura tiene múltiples definiciones, pero para efectos de esta investigación se utilizó la postura de Conrad Phillip Kottak, que refiere a que las culturas son tradiciones y costumbres, transmitidas mediante aprendizaje, que forman y guían las creencias y el comportamiento de las personas expuestas a ellas (Kottak, 2011). Además la cultura de una sociedad se conforma a base de muchas generaciones que van consolidando una serie de costumbres y creencias acerca de cómo son y deben hacerse las cosas, la concepción del mundo, la concepción del bien y el mal.

Aunado a ello se debe de tener en cuenta que las características culturales, las costumbres, las prácticas, las tradiciones, la simbología, etc., de los jóvenes *hallyu* se han ido configurando al paso de los años, un ejemplo es la utilidad de espacios físicos de interacción, espacios que se han ido cambiando por lugares

virtuales, tal como se constató con la etnografía realizada en la Friki Plaza de Toluca, México, y con la ayuda de los informantes. Por ello el concepto de cultura fue fundamental para cohesionar las conductas, las creencias, los símbolos y el simbolismo, así como las prácticas de los jóvenes *hallyu* de Toluca, México.

Si bien la cultura es vista desde diferentes concepciones como una serie de creencias, formas de organización, costumbres y formas de producción, que incorporan los sujetos en sus prácticas sociales, ya sean éstas de carácter individual o colectivo, es preciso señalar que dentro de este apartado se vinculó a la cultura en relación con los tipos de prácticas, que se excluyen o se incluyen dentro de ella, sin apartarse de la conjunción con la expresión práctica de la cultura.

Es por eso que Raymond Williams expresa que la cultura viene a ser una forma de vida global entrelazada con el modo en que ella es experimentada por los agentes sociales (Williams, 1980). En ese sentido la cultura *hallyu* u ola coreana en Toluca, México, en la plaza Friki y en espacios virtuales se va llenando con los conceptos de prácticas sociales, que se tienen alrededor, pero que también se conectan con la tecnología y la globalización en relación a la cultura de origen, la coreana y a otras culturas.

En esta sintonía se observa que la cultura de los jóvenes *hallyu* de Toluca, México, es vista como un estilo de vida o según este autor como todos los estilos de vida, comprendiendo objetos y contradicciones desarrolladas, es decir, que un día pueden hacer uso de elementos u objetos de la cultura coreana dentro de su estilo habitual de vida, mientras que por otra parte, podrían estar alimentándose con comida mexicana, lo que termina por aceptar su variabilidad y reconocer dentro de este espacio de análisis la complejidad y viabilidad de sus fuerzas configurativas.

Por otra parte, en el campo de las prácticas sociales, que reflejan la cultura de los jóvenes *hallyu*; se basó en lo que Adorno y Horkheimer, nombran como industria

cultural, donde existen rasgos de semejanza de un colectivo de sujetos, como lo podemos observar en la cultura *hallyu*, ejemplo de ello es la cantidad de características comunes entre los jóvenes practicantes de *hallyu*. (Adorno y Horkheimer, 2004). Hoy en día esta industria de la ola coreana, se representa monopolicamente y abierta, sin ocultar sus fines, es decir, la que hoy en día se globaliza y guía al unísono dentro del mundo de los que se identifican con esta.

En este intento la industria cultural coreana, desde un poder monopólico encima de ella, se ha escapado de un control absoluto con la entrada cada vez más fuerte de los procesos vinculados a la modernidad, a la industria cultural; en especial con la variable global de la expresión de ellas; porque la cultura a pesar de ser una práctica social relacionada a los sujetos, hoy esta práctica se da relacionada con un proceso globalizado, que modifica sustancialmente la forma de las prácticas sociales como se observa en la cultura de la ola coreana.

#### **4.3. La antropología contemporánea en el análisis del *hallyu* y/o ola coreana.**

El análisis de la modernidad ha sido un proyecto legítimo y cada vez más importante en la antropología al menos desde finales de los ochenta. En términos generales, esta tesis ha hecho un análisis de la modernidad en sí misma como una serie de prácticas, símbolos y discursos. La antropología contemporánea permite realizar estudios actuales que conforman lo contemporáneo como su nombre lo indica, sobre todo con la temática del *hallyu* de alcance global y local.

Se utilizó la antropología contemporánea ya que el *hallyu* es un sistema relativamente complejo, considerado bajo este esquema como una entidad compleja y emergente que mantiene flujos de intercambio de información, producto de la globalización. A su vez esta teoría permitió promover y difundir el desarrollo de una cultura híbrida en los jóvenes *hallyu*, sirvió para describir las características, funciones y comportamientos vistos dentro de la etnografía.

Dentro de las características encontradas, es que hay mayor predominio del género femenino, entre las edades de 15 a 25 años respectivamente, la mayoría



de los jóvenes practicantes de la ola coreana les gusta el *k-pop*, la comida y las series; las funciones que tienen los jóvenes son básicamente la difusión y el consumo del *hallyu*, pero también participan en la creación de nuevos modelos simbólicos, identitarios y culturales de índole híbrida; finalmente el *hallyu* termina por configurar el comportamiento de los jóvenes de Toluca, México, creando patrones socioculturales comunes.

#### **4.4. La cultura juvenil en los jóvenes *hallyu*.**

Se retomó la concepción de las culturas juveniles, desde Carles Feixa Pàmols, justo porque se relaciona con la temática de los jóvenes *hallyu* y con la constatación de la etnografía; principalmente porque se refiere al conjunto de formas de vida y valores, expresadas por los grupos de referencia en respuesta a sus condiciones de existencia social y material; quienes se ven afectados por el acceso generacional a la diversidad cultural que existe (Feixa, 1998). Esto último permite explicar la autopercepción que los jóvenes *hallyu* en cuanto a sus gustos por la cultura coreana y su cultura de origen, ósea la mexicana, que de acuerdo a la investigación se ven afectados por la diversidad cultural del entorno que los acoge, que en ocasiones les causa conflicto con las personas de su alrededor.

Otras de las consideraciones que se tomaron en cuenta son las manifestaciones de las prácticas sociales de los jóvenes *hallyu*, por lo general no hay una sola forma de expresar esa cultura *hallyu*, sino que es un híbrido cultural, que utilizan los jóvenes *hallyu* en búsqueda de su propia identidad. Se puede reafirmar que ante la complejidad que enfrentan los jóvenes *hallyu* con esta suerte de modernización de las industrias culturales, se da un creciente tráfico entre culturas que origina la globalización, lo que indica que la desaparición del vínculo entre cultura y lugar viene acompañado por un entrelazamiento de estas prácticas culturales desarraigadas, que producen nuevas y complejas formas híbridas de cultura (Tomlinson, 2001). Un ejemplo observado en la etnografía es la hibridez con la que los implicados adoptan expresiones del habla coreanas y las adaptan a su lengua materna.

Por otra parte, en relación a lo híbrido y a lo simbólico, nos apoyamos de la perspectiva de García Canclini, primero porque desde su enfoque los jóvenes, y precisamente del fenómeno abordado, adquieren nuevos significados, se alude a que los fenómenos de la cultura, -en este caso la coreana-, han sido absorbidos indistintamente para la formación de una nueva cultura, ósea la cultura *hallyu*, y que a su vez repercute en la mexicana. Por lo que se puede afirmar dentro de esta mirada, que es a partir del conjunto de procesos en que estructuras o prácticas sociales discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas en los que se mezclan los antecedentes (Canclini, 1990). Por ello es incorrecto pensar que solo existe una forma de ver a la cultura *hallyu*, por su capacidad híbrida y también porque el individuo global está inmiscuido en lo que le rodea y en lo que ofrece la industria coreana, pero que también la coreana se relaciona con la del occidente. Otro de los ejemplos es cuando un joven *hallyu* se identifica con el *k-pop* y el regional mexicano, es decir, nada es definitivo y está en constante cambio.

#### **4.5. El *hallyu* u ola coreana como cultura híbrida y su influencia tradicional, contemporánea y global en los jóvenes de Toluca, México.**

Catalogado como un fenómeno cultural por sus alcances a nivel internacional y por ser un elemento difusor y diseminador de la cultura coreana durante la última década, este movimiento sin precedentes denominado *hallyu* u ola coreana, ha sido clave en la promoción y difusión de la imagen de Corea en muchos países alrededor del mundo. Debido a la importancia que este flujo cultural ha conseguido en los últimos diez años, su definición ha ido tomando e integrando durante su proceso de desarrollo, diferentes rasgos. Actualmente la música *pop* o *k-pop* se ha convertido en el elemento más popular contenido dentro de la llamada cultura *pop* coreana que, a su vez, se convierte en la imagen del país hacia otras latitudes. (López Rocha, 2015)

El *hallyu*, como un fenómeno sociocultural de características híbridas, el cual contiene tanto elementos de la cultura popular coreana, tradicional y moderna,

como elementos de la llamada cultura global, mezclándolos de una manera peculiar en el contexto local, definiéndose como auténticamente coreanos.

También nos basamos en lo que se considera como híbrido, de acuerdo con Yoon, en donde se señala que híbrido se entiende como una mezcla cultural de influencias occidentales por parte de la cultura coreana. Y que los productos culturales exportados a Asia en nombre de la ola coreana deben ser vistos como variaciones de la cultura o híbrido occidental, no como un producto exclusivamente coreano (Yoon, 2015). Esto se rescata porque vemos que dentro de las relaciones sociales, los jóvenes tienen problemas con los desconocidos ante el tema, ya que es inevitable; existen señales de que se suele pensar que la cultura *hallyu* tiene raíces únicamente coreanas.

Otra de las cosas como ya vimos, es el concepto de hibridación cultural desarrollado por Néstor García Canclini en el libro *Culturas híbridas*, se utilizó para reflexionar que la hibridación, como los procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas de los jóvenes *hallyu*, que existían en forma separada; se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas (García, 2003). Estos procesos incesantes, variados, de hibridación llevan a relativizar la noción de identidad. Cuestionan, incluso, la tendencia antropológica y de un sector de los estudios culturales a considerar las identidades como objeto de investigación.

El énfasis en la hibridación no sólo clausura la pretensión de establecer identidades "puras" o "auténticas". Además, pone en evidencia el riesgo de delimitar identidades locales autocontenidas, o que intenten afirmarse como radicalmente opuestas a la sociedad nacional o la globalización (García, 2003). Esto último resultó útil para esta investigación, porque como ya se ha visto la ola coreana o también el *hallyu* no ha tenido una concepción pura, y no la hay desde cualquiera de las aristas, porque ninguna lo es; obviamente hay reflejos de la cultura tradicional por ambas partes, tanto de la coreana, como la mexicana dentro de esta situación.

Finalmente sustentamos de acuerdo con Anderson Moebus Retondar, que el constructor de la hibridación cultural resulta particularmente útil cuando se estudia el espacio de interrelación entre dos esferas sociales, a modo de estructura interna y externa (Retondar, 2008). Ninguno de estos procesos de la cultura *hallyu* es cien por ciento homogéneo, así, el espacio de interrelación del *hallyu*, no se da particularmente con los Estados Unidos, los países de Asia del Este o con Latinoamérica, sino que también se manifiesta entre la generación joven y adulta de Corea, el campo y la ciudad, la capital y la provincia y es por tanto un proceso de continua evolución; como lo hemos observado dentro de la etnografía realizada, ya que si bien, son los jóvenes los que impulsan la llamada ola coreana, también hay un conocimiento de las personas de su alrededor de manera externa. Para recapitular, dentro de la cultura juvenil del *hallyu*, existen prácticas sociales, resultado de la hibridez cultural de su inserción en la modernidad y los medios proporcionados por la globalización, reflejadas dentro de sus espacios propios y dentro de una etapa generacional determinada dispuestos a cambios continuos.

## **CONCLUSIONES**

Los jóvenes que pertenecen a la ola coreana-*hallyu* poseen características propias dentro de un grupo social determinado, asimismo sus rasgos y patrones culturales logran adecuarse bajo las premisas de una cultura híbrida, atribuyendo comportamientos fuera de su núcleo social cotidiano producto del encuentro, intercambio y asimilación de diferentes tradiciones, costumbres, prácticas, técnicas, creencias y valores entre distintas culturas dando lugar a una nueva identidad cultural.

De la misma manera, los jóvenes son influenciados por los medios de comunicación, las redes sociales, la tecnología, la informática; en donde estos forman espacios de interacción e identificación, adoptando actitudes, pensamientos y hábitos. Fortaleciendo una estructura de identidad colectiva, de

jerarquización, de comodidad y libertad para pensar y actuar como deseen, creando una nueva realidad cultural que toma elementos de los distintos grupos culturales, pero diferenciándose unos de otros, dando lugar a una nueva identidad cultural. Teniendo en cuenta que la identidad cultural sirve como elemento de coerción dentro de un grupo social, donde permite que el individuo desarrolle un sentido de pertenencia hacia el grupo con el que se identifica.

Los jóvenes pasan su tiempo en su afición, generalmente en sus casas, teniendo escaso contacto con el mundo material real. Se identifican con personajes reales, pero estos se encuentran distantes. Integran una cultura híbrida en la que coinciden representantes de varias culturas juveniles. La ola coreana-*hallyu* es un fenómeno cultural por su alcance global y una cultura híbrida porque constantemente se está reconfigurando, en ello intervienen factores tradicionales, contemporáneos y globales.

Los jóvenes *hallyu* son consumistas del pop coreano, del idioma, de la comida coreana, el maquillaje y la moda o estilo coreano, se mantienen en un constante aprendizaje, sin dejar de lado su propia cultura mexicana, llegando a hibridarse con la cultura coreana; mediante el proceso de socialización y el mundo globalizado contribuyen a una hibridación donde divergen elementos de México, llamando la atención de industrias musicales coreanas, un ejemplo es la canción "Mamacita" del grupo coreano Super Junior, donde podemos observar un préstamo cultural de una palabra utilizada en México. También existen grupos surcoreanos que han llegado a cantar en español, como el grupo de *k-pop* EXO con la popular canción "Sabor a mí" de Luis Miguel, interpretada el 30 de octubre de 2014 en el festival de *k-pop* "Music Bank" en México.

En cuanto a la comida, diversos platillos han sido adaptados al paladar mexicano como el ramen picante, acompañado de publicidad con elementos y estereotipos de México, los cuales son los sombreros, el bigote, las maracas y el traje de charro con gabán, creando en los jóvenes la sensación de reconocimiento. En cuanto al maquillaje y el estilo coreano, estos se hacen visibles por medio de su

venta en la Frikiplaza, estos productos también están ajustados o moldeados al público mexicano.

Los *k-dramas* o series coreanas de igual forma son adaptadas al lenguaje, lengua y habla mexicana, ya sea por subtítulos o por doblajes. Desde luego, también hay meros aficionados que compran *k-dramas*, o también contratan plataformas como Netflix para acceder a contenidos de diversos géneros, entre ellos, el terror, amor, guerra, comedia, fantasía y ciencia ficción. Y no es que todo esto no se pueda conseguir en Internet, ya existen algunas páginas en donde se pueden ver dramas, películas o animes asiáticos de manera gratuita, sin embargo muchas veces prefieren contratar algún servicio (Netflix o Spotify) o acudir a la plaza, ya que esta también funciona como un club social y una suerte de universo de realidad aumentada donde ellos pueden sentirse cómodos.

En la Frikiplaza se observa cómo los jóvenes *hallyu* no solamente juegan un papel de consumidores, también contribuyen en la generación de un sistema complejo. Esta cultura híbrida busca permear en la ciudad de Toluca con un fin de distracción, generando un conjunto de identidad y adaptación, atribuyendo a la forma de vida de estos jóvenes. En realidad la expansión de la ola coreana-*hallyu*, es la expansión de la globalización, de fenómenos culturales concretos, debe recordarse que la globalización es el surgimiento de un sistema mundial caracterizado por la participación de grandes y pequeños estados en un proyecto común de relaciones sociales, culturales y económicas. Y a la expresión general se le puede denominar como lo dice García Canclini, una cultura híbrida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Adorno, Theodor y Max Horkheimer (2004), "Concepto de Ilustración", en *Dialéctica de la Ilustración, Fragmentos Filosóficos*. Madrid: Tecnos, 15-24 pp. Con NH: (Horkheimer y Adorno, 2004:18).

Barfield, Thomas (2001), Diccionario de antropología. Barcelona: Edición Bellaterra, 43-48 pp. Con NH: (Barfield, 2001: 45).

Benedict, Ruth. 2010 [1934]. "La integración de la cultura". En Bohannan, Paul y Mark Glazer (eds.), *Lecturas de antropología*, 178-185. Madrid: McGraw Hill.

Blanco, Sofia (2019), *El kpop, género, industria y movimiento*. Disponible en: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/101896/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/101896/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Castillo León, Yalima (2014) *Cultura y Antropología cultural*. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/cultura-y-antropologia-cultural/> (Consultado 26/10/20)

Ciudad Sede (2011) Toluca de Lerdo, México. Disponible en: <http://congresos.cio.mx/SOI8/cuidad%20sede.html> (Consultado: 13/05/2022)

Crespo, Rubén (2016) *La antropología social y cultural*. Disponible en: <https://cisolog.com/sociologia/la-antropologia-social-y-cultural/> (Crespo, 2016)

Cresswell, Robert (1975) *Éléments d'ethnologie*. París, A. Colin.

De la Torre Castellano, Renée (1996), *Religión y cultura de masas: La lucha por el monopolio de la religiosidad contemporánea*. Disponible en: [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/27\\_1996/161-198.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/27_1996/161-198.pdf) (Consultado: 4/02/2022)

El Colegio de la Frontera Norte (2015), *Decálogo para repensar las certezas: Fragmento de El futuro ya fue de José Manuel Valenzuela Arce*. Disponible en: <https://alternativas.osu.edu/assets/files/Issue4/essays/valenzuela.pdf> (Consultado: 4/02/2022)

Feixa, Carles (1998), *De jóvenes, bandas y tribus*. Ed., Ariel, Barcelona, España, 84 pp. Con NH: (Feixa, 1998:84).

Fecé Gómez, Josep Lluís (2000), *El circuito de la cultura. Comunicación y cultura popular*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.

García, Canclini, N. (1990) *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Debolsillo, México.

García, Canclini, N (2003), "Noticias recientes sobre la hibridación". Trans. Revista Transcultural de Música, 7, 1-17 pp. Con NH: (García Canclini, 2003:5).

Geertz, Clifford (1987) [1966] "El impacto del concepto de cultura en el concepto de hombre", a *La interpretación de las culturas*, p.43-59. Barcelona, Gedisa.

Gómez Pellón, Eloy (2007) *Introducción a la Antropología Social y Cultural*.

Disponible en:

[https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod\\_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf](https://ocw.unican.es/pluginfile.php/2206/mod_resource/content/1/Tema2-antropologia.pdf) (E. Gómez, 2007)

Happyfm (2021) Kpop, así surgió el género coreano que continúa haciendo historia. Disponible en:

<https://happyfm.es/musica/k-pop/k-pop-asi-surgio-el-genero-coreano-que-continua-haciendo-historia-166278/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20como%20tal%20surge,pa%C3%ADses%20m%C3%A1s%20influyentes%20de%20Asia.>

Hernández, Javier (2015) *La globalización de la música en la era global*.

Disponible en: <https://www.lanzaderasdeempleo.es/la-globalizacion-de-la-musica-en-la-era-digital>

Kottak, Conrad Phillip (2011), *Antropología cultural*. McGraw-Hill, México. Con NH: (Kottak, 2011: 14).

Kroeber, Alfred L.; Kluckhohn, Clyde (1952) *Culture*. Nova York, Meridian Books.



Larrain, Jorge (2003). El concepto de identidad. Revista FAMECOS, No. 21, Porto Alegre. [En línea] Disponible en: file:///C:/Users/Hp/Downloads/3211-10586-1-PB.pdf

Lins Ribeiro, Gustavo (2011) Antropología de la globalización, circulación de personas, mercancías e informaciones, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

López Rocha, N (2015). *El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea*. 9(18), 171-196 pp. Con NH: (López Rocha, 2015:171).

Maffesoli, Michel (1988): El tiempo de las tribus. Madrid: Icaria. Con NH: (Maffesoli, 1988).

Malinowski, Bronislaw (1975) [1931] "La cultura", a KAHN, J.S. (comp.): *El concepto de cultura: textos fundamentales*, p. 85-127. Barcelona, Anagrama.

Marcial, Rogelio. (2006), Andamos como andamos porque somos como somos: Culturas juveniles en Guadalajara. El colegio de Jalisco. Con NH: (Marcial, 2006:2,85 y 94).

Martínez, Sagrario (2011) El género de la música en la cultura global. Disponible en: [https://www.sibetrans.com/trans/public/docs/trans\\_15\\_24\\_Martinez\\_Berriel.pdf](https://www.sibetrans.com/trans/public/docs/trans_15_24_Martinez_Berriel.pdf)

Mead, Raymundo et al. (1970), "Figuraciones sobre culturas y políticas. Conversación con Néstor García Canclini", en Néstor García Canclini: Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Buenos Aires: Sudamericana. Con NH: (Mead, 1970)

OCW (2017). Definiciones de la cultura. Disponible en: <https://ocw.unican.es/mod/page/view.php?id=800#:~:text=Tylor%20quien%20acu%C3%B1%C3%B3%20una%20de,derecho%2C%20las%20costumbres%20y%20cualesquiera>

Parajuá Navarrete, Daniel (2011), Reseña de "Textos de Antropología Contemporánea" de Cruces Villalobos, Francisco; PÉREZ GALÁN, Beatriz (Comps.) Revista de Antropología Social, vol. 20, 2011, pp. 390-393 Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83821273020>

Pearson, G. (1994), "Youth crime and society", in Maguire, Morgan and Reiner (eds.), The Oxford Handbook of Criminology, Oxford, Clarendon Press.

Perrot, Dominique; Preiswerk, Roy (1979) *Etnocentrismo e historia*. México, Nueva Imagen.

Portal Ciudadano del Estado de México (2022) Toluca, Destino Turístico. Disponible en: [https://edomex.gob.mx/toluca\\_destino](https://edomex.gob.mx/toluca_destino) (Consultado: 13/05/22) (Portal Ciudadano, 2022)

Reguillo, Rossana (2003) Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Instituto Tecnológico de Estados Superiores de Occidente, Departamento de Estudios Socioculturales

Retondar, Anderson. (2008). "Hibridismo cultural": ¿clave analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? La perspectiva de Néstor García Canclini | 1. Sociología, México, 23(67), 33-49 pp. Con NH: (Retondar, 2008:33-49).

Rodríguez, Jorge Ricardo, (2000). "La globalización imaginada" de Nestor García Canclini Fundamentos en Humanidades, vol. I, núm. 1, enero-junio, 2000 Universidad Nacional de San Luis San Luis, Argentina. Con NH: (Rodríguez, 2000:97) .

Rosas, E. I. W. (2018). El pop coreano en los jóvenes paceños y tottorrienses. Posgrado en Ciencias Sociales: desarrollo sustentable y globalización. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Baja California Sur.

Rosas, Mantecón, Ana (1993). Globalización cultural y antropología, *Alteridades*, vol. 3, núm. 5, pp. 79-83, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Distrito Federal, México.

Serrano, Maya (2007), "Tejiendo identidades. Jóvenes y Cultura". Bogotá, Instituto Misionero Hijas de San Pablo-Comunidad de Hermanos. Maristas. Con NH: (Serrano, 2007:14).

Tomlinson, John (2001): *Globalización y cultura*. México: Oxford University Press. Con NH: (Tomlinson, 2001:34).

Tylor, E. B. (1971) *Cultura primitiva. Los orígenes de la cultura*, Ayu.

Urcola, Marcos. (2008), Juventud, cultura y globalización. *Revista perspectivas sociales*. Otoño/fall. Vol.10, Núm. 2 / Pág. 11-31. Con NH: (Urcola, 2008:26 y 27).

Wikipedia, (2021), Toluca de Lerdo, Consultado el 20 de febrero de 2021, disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Toluca\\_de\\_Lerdo](https://es.wikipedia.org/wiki/Toluca_de_Lerdo). Con NH: (Wikipedia, 2021:1).

Williams, Raymond (1980), "Cultura", en *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península. 21-31 pp. Con NH: (Williams, 1980:25).

Yoon, Sunny. (2015), *Taming the Primitive: Multiculturalism and the Anthropological Vision of South Korean Media*. *Visual Anthropology*, 28(5), 422-437 pp. Con NH: (Yoon, 2015:426).

Zabludovsky, Gina(1992) *Los retos de la sociología frente a la globalización*. Sociología, México. UAM-Azcapotzalco, 7(20), 34 pp. Con NH: (Zabludovsky,1992:34).

Zarzuri, Raúl (2000) *Tribus Urbanas y Juventud: Notas para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: las tribus urbanas*. *Scielo*, 8(13), 81-96 pp. Con NH:(Zarzuri, 2000:81-96).

Zhang, Dong (2006), On korean wave (hallyu) in chinese Newspaper: Qualitative analysis of new Beijing daily news coverage. Tesis de maestría. Seoul: Korea University.

#### **Referencias de entrevistas:**

Briceyda. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Daeny. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Kryseel. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Méndez, L. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Sophia. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Torres, P. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Yamili, W. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

Wendy. (2021). Ola coreana-Hallyu, Entrevistado por Nadia Ocampo. Formularios Google (02).

#### **Referencias de fragmentos de historia de vida:**

Acevedo, Erika. Fragmento de historia de vida, 24 años comerciante, Toluca, México, 08 de Marzo, 2021.

Alcántara, Estrella. Fragmento de historia de vida, 21 años estudiante y bailarina, Metepec, México, 11 de Marzo, 2021.

Mejía, Samanta. Fragmento de historia de vida, 19 años estudiante y profesora particular, Metepec, México, 01 de Abril, 2021.

Rojas, Gema. Fragmento de historia de vida, 18 años estudiante, Metepec, México, 21 de Marzo, 2021.

Vargas, Angélica. Fragmento de historia de vida, 21 años estudiante y predicadora, San Pablo Autopan, Toluca, México, 08 de Marzo, 2021.

## ANEXOS

### FORMULARIO-01

**Nombre:**

**Edad:**

**Ciudad o provincia:**

1. ¿Sabes qué significa *Hallyu*?
2. ¿Qué es lo que más te gusta del *Hallyu*?
3. ¿Has visitado la Friki Plaza de Toluca, México?
4. ¿Cuánto tiempo tienes de conocer la Plaza Friki?
5. ¿Qué tan frecuente es acudir a la Plaza Friki?
6. ¿Consumes algún producto en la Plaza Friki?- Especifica cual o cuales.
7. ¿Has conocido amigos en la Friki Plaza o los conoces de algún otro lugar?- En caso de que los conozcas de algún otro lugar especifica de dónde.
8. ¿Qué es lo que más te agrada de la Plaza Friki?
9. ¿Hay algo que no te agrade de la Plaza Friki?
10. ¿Realizan o realizan algún evento, reunión, convivio o algo por el estilo dentro de la Plaza Friki?
11. En caso de que la pregunta anterior sea afirmativa, explica con detenimiento dicho evento.
12. ¿Hay algún otro lugar físico o virtual donde interactúan, consumas o te reúnas con amigos que compartan los mismos gustos que tú?- En caso de que la respuesta sea afirmativa, especifica cuáles.

<https://docs.google.com/forms/d/1ZXlby5jmOGb03lhX4j9hKbl1j9jECF--gw1qIN7BcNM/edit>

## FORMULARIO-02

**Nombre:**

**Edad:**

**Ciudad o provincia de origen:**

1. ¿Sabes qué significa la palabra *HALLYU*?

A) Si.

B) No.

2. ¿Cuál de los siguientes aspectos del *HALLYU* te gusta más?

A) El *k-pop*.

B) Los *k-dramas*.

C) La gastronomía.

D) El maquillaje y el cuidado de la piel.

E) El deporte.

F) Todas las anteriores.

G) Otro. ¿Cuál?

3. ¿Entre qué años aproximadamente te adentras en la Ola Coreana?

A) 2010-2013

B) 2014-2017

C) 2018-2021

D) Otro. ¿Cuál?

4. ¿Practicas algún aspecto tradicional de la cultura coreana (como el idioma, la gastronomía, el deporte, costumbres, tradiciones, etc.)?

A) Si.

B) No.

5. ¿Cuál de estos aspectos llevan a cabo habitualmente de la cultura coreana?

A) El idioma.

- B) La gastronomía.
- C) El estilo y moda coreana (maquillaje, ropa, accesorios, etc.).
- D) Otro: ¿Cuál?
6. ¿Has mezclado algunos de estos elementos de la cultura coreana con tu cultura de origen?
- A) El idioma (Utilización de expresiones, o el aprendizaje del idioma).
- B) La gastronomía.
- C) Accesorios como (Ropa, maquillaje, cuidado facial, etc.).
- D) Otro. ¿Cuál?
7. Además de pertenecer a la Ola coreana, ¿Te gusta alguno de estos elementos de otras culturas?
- A) Música, películas, series (entretenimiento audiovisual).
- B) La gastronomía.
- C) El maquillaje, la ropa y el cuidado de la piel.
- D) Otro. ¿Cuál?
8. ¿Cuál de las siguientes opciones utilizas para relacionarte o compartir tu gusto por la Ola Coreana?
- A) La FRIKIPLAZA.
- B) Las redes sociales.
- C) Lugares públicos (parques, explanadas, escuela, academia, etc.).
- D) Otro. ¿Cuál?
9. ¿Crees que la cultura coreana ha cambiado o influido en tu persona? Escoge alguna de las siguientes opciones.
- A) Sí, en mi forma de hablar, de expresarme y de pensar.
- B) Sí, en mi forma de vestir, arreglarse y cuidarse.
- C) En realidad muy poco, tengo diferencias respecto a la cultura coreana.
- D) No mucho, me conecto más con la cultura mexicana.
10. Comenta qué te parece la Ola Coreana:
- [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc0QLajqcTfpeTL30lf9\\_ScUcLZba5VbYxIZJH3OeNp1UH77w/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc0QLajqcTfpeTL30lf9_ScUcLZba5VbYxIZJH3OeNp1UH77w/viewform)

### **Guión para realizar un fragmento de historia de vida:**

Buenos días.

Nombre:

Edad:

Lugar de origen:

¿Te han entrevistado sobre el tema de la ola coreana?

¿Cómo fue que conociste la ola coreana?

¿Podrías describirme más a fondo cómo es la situación en tu familia respecto a tus gustos sobre la ola coreana?

¿Cuándo estás con tu familia, amigos o conocidos compartes tus gustos por la ola coreana?

¿Podrías describirme cómo es la situación cuando interactúas con personas que comparten tus gustos por la ola coreana?

¿Continúan interactuando con otras personas que les gusta la ola coreana?

¿En qué lugares se reúnen?

¿En qué lugares interactúas mayormente?

¿Has notado cambios en ti a partir de tus gustos por la ola coreana?

¿Tus gustos por la ola coreana te han hecho pensar que no te identificas con la cultura mexicana?

¿A lo largo de tu vida ha existido un momento en el que te haya dejado de gustar la ola coreana?

¿Más o menos al día cuánto tiempo le dedicas a la ola coreana?

¿Si una persona se acercara a ti para conocer más sobre la ola coreana, tú qué le dirías?